

# **De la producción al consumo de la animación como fenómeno cultural: Una breve historia crítica**

Autor: Xavier Fuster Burguera

Director: José Igor Prieto Arranz

Trabajo de fin de máster

Máster en lenguas y literaturas modernas 2010/2011

Universitat de les Illes Balears

# Índice

Capítulo 1. Introducción	2
Capítulo 2. Estados Unidos: centro hegemónico de la animación occidental	11
2.1 Introducción	11
2.2 La semilla de un nuevo género artístico popular: la animación decimonónica	12
2.3 El <i>Magic Kingdom</i> de Walt Disney	20
2.4 Warner Bros. y su séquito	28
2.5 Y Europa por extensión	35
Capítulo 3. El papel del arte popular japonés en la animación occidental	38
3.1 Introducción	38
3.2 Imágenes cómicas en Japón	40
3.3 La animación de las imágenes cómicas	47
3.4 De occidente a oriente y viceversa	55
3.4.1 La exportación de las imágenes cómicas animadas	59
Capítulo 4. La animación en la época de la televisión	66
4.1 Introducción	66
4.2 De la gran pantalla al televisor	67
4.3 La televisión, el entretenimiento de masas	72
4.4 Japón y su aventura por Europa	84
Capítulo 5. Nuevas perspectivas globales del consumo de la animación	89
5.1 Introducción	89
5.2 El canon de consumo de animación de Disney	90
5.3 Los adultos: consumidores marginales de la animación	97
5.4 Subculturas de consumo de animación	103
Conclusión.	111
Anexo.	116
Cronología	116
Referencias.	129



De la producción al consumo de la animación como fenómeno  
cultural: Una breve historia crítica

## Capítulo 1. Introducción

La animación, ignorada y menospreciada, a pesar de ser una variante del Séptimo Arte, todavía hoy sigue luchando por hacerse un sitio digno entre la opinión pública general, aunque ahora mismo sea un fenómeno cultural con un grandísimo potencial y efecto social. El objetivo de este trabajo de fin de máster será dilucidar algunos de los factores de interés académico relacionados con el arrollador impacto que la animación ha tenido alrededor del mundo a partir de los 90. Para tal propósito, me adscribiré a las líneas generales de los estudios culturales que, entre otras consecuencias, han visibilizado el interés de la tradicionalmente denominada “cultura popular” y “de masas” dentro del mundo académico.

Mientras que no se puede negar que el origen y la atención de las seis artes clásicas pretecnológicas (literatura, música, danza y teatro, pintura, escultura y arquitectura) tienen un fundamento primordialmente funcional, el Séptimo Arte aparece y se consolida en un contexto estrictamente comercial y tecnológico. Independientemente de los otros factores que hayan podido operar a la hora de consolidar las imágenes en movimiento como un nuevo arte de consideración académica, no hay que perder de vista que tanto el cine en general, como la animación en particular, son fundamentalmente negocios y, como tales, deben crear una serie de beneficios económicos a las personas involucradas en su creación para su perpetuidad. Y si el nuevo medio audiovisual está teniendo un especial impacto y continuidad sociocultural en todo el mundo, es por los beneficios a gran escala que genera a sus productores una vez que pasa a los enmarañados sistemas mercantiles de la globalización. Por tanto, no es de extrañar que en estos últimos años el mundo académico haya empezado a mostrar interés en las expresiones audiovisuales (cine, televisión, videojuegos, Internet) entendidas como unas nuevas formas artísticas pertenecientes a un complejo cultural dinámico.

Tomando las perspectivas heurísticas sugeridas por Hall y Whannel en *The Popular Arts* (1965), trataré la animación como un producto de entretenimiento afectado por “the standards provided by publicity and the mass-production machine” (30). No podemos negar que la animación es un producto que llega a gran parte del mundo y puede ser analizado como “the end of a complex historical and social process” y un “active [agent] in a new phase in the life-history of industrial society” (45). Cabe pensar

que esto es posible y altamente productivo si, inspirados por la filosofía de los estudios culturales, alzamos nuestra vista más allá de las formas culturales que han venido siendo incluidas tradicionalmente dentro del canon artístico, arbitrario y elitista.

En el caso particular de la animación nos encontramos un ejemplo de arte “popular” que depende de unos patrones preestablecidos que generan unos productos y unas respuestas determinados en su audiencia, a pesar de que el “genuine contact between audience and performer” (66) se manifestará de manera excepcional, condenando fatalmente la consideración general por los dibujos animados (270).

Cuando el cine se sumó como el séptimo ítem a la lista de las artes clásicas como una nueva expresión cultural derivada del avance tecnológico, las películas de imagen real obtuvieron una rápida acogida entre cualquier tipo de público, mientras que la animación continuó estigmatizada y relegada a un consumo minoritario. Esto parece irónico si tenemos en cuenta que la producción y el consumo de las dos variantes cinematográficas están sujetos prácticamente a los mismos parámetros. La diferencia esencial entre ambas, no obstante, es determinante: mientras que el movimiento que nos ofrece la primera viene de la captura de imágenes fotográficas, la segunda depende de dibujos o pinturas creados sobre un papel en blanco por el ser humano. Es decir, depende de un ejercicio que, debido a su inversión en creatividad e imaginación, es generalmente repudiado tanto en la Academia como en la opinión pública general del adulto sosegado.

La historia de la aceptación de la animación en el mundo académico presenta analogías con otras manifestaciones “populares” como la literatura infantil y fantástica, los videojuegos o los juegos de rol, antes que en otras como la ficción *pulp*, la música pop o el movimiento hippy. Estos tres últimos ejemplos de cultura “popular” pueden analizarse como consecuencias de la masificación de la población, un mayor acceso a la educación (y cultura) y la consciencia de que la mismísima clase media es responsable directa a muchos niveles de toda la producción de su entretenimiento. Los productos artísticos derivados de este tipo de manifestación de cultura “popular” tienen una razón de ser bastante contenida, pues están creados por un tipo de artista afín al consumidor, por sus compartidas naturalezas ya sean clandestinas, subculturales, estéticas o marginales y ciertas condiciones históricas.

En cambio, otros productos artísticos de corte popular como la literatura infantil, los videojuegos, los juegos de rol y, de alguna manera, la animación, no tienen

tendencia a completar el circuito comunicativo satisfactoriamente, especialmente en el triángulo de emisor, mensaje y receptor. Mientras que los productos derivados de la ficción *pulp*, la música pop o el movimiento hippy van a estar hechos por un artista adulto, que normalmente permanece en esta subcultura, y dirigidos a un consumidor igualmente adulto que se siente identificado con este movimiento subcultural, aquellos provenientes de la literatura infantil o fantástica, los juegos interactivos o la animación van a estar confeccionados por adultos, pero con un receptor infantil en mente. O, si no explícitamente infantil, “infantiloide”.

Esto repercute directamente en la forma y contenido finales de los productos artísticos populares que generan, por no decir en su forma de consumo y su valoración social. Ya sea un libro de ilustraciones, un videojuego o un cortometraje animado, estos van a tener las características propias que los artistas encuentran apropiadas para el consumo infantil. Una dimensión didáctica, normalmente moralizante, unida a un planteamiento ocioso, casi interactivo, y una expresión simplista suelen ser los marcadores más comunes de que una obra artística está orientada al consumo infantil (Nodelman 2008: 76-81). Y, consciente o inconscientemente, la animación hereda muchas de estas características. Pero esto nos aleja de la idea de Hall y Whannel de que los productos culturales populares están producidos por y para una audiencia que comparte un trasfondo subcultural (1965: 66, cf. 269-270). Al mismo tiempo nos recuerda la paradoja de que la audiencia infantil poco puede hacer para la crítica y producción artística orientada a ellos mismos. Y mucha de esta producción viene de nociones idealizadas de la niñez por los adultos (Nodelman 2008: 190). Como la animación a duras penas ha pasado la barrera de lo marginal, cualquier adulto que defienda esta nueva estética va a ser prejuiciosamente ignorado o desdeñado por las tendencias más elitistas debido a lo poco (o demasiado) desafiante que, intelectualmente, resulta esta inmersión artística.

El debate que todavía genera la tensión entre los productores y consumidores artísticos que no coinciden en su posición ni generacional ni ideológica se ve acrecentado cuando este arte viene a democratizarse. Mientras que el uso de videojuegos o literatura infantil se puede quedar fácilmente en el ámbito privado, el consumo temprano de materiales audiovisuales se convierte necesariamente en una actividad comunal, al igual que todo el entretenimiento en forma de espectáculos. Hasta la domesticación del televisor a partir de la segunda mitad del siglo XX, la gente tenía

que exhibirse públicamente si quería disfrutar del entretenimiento audiovisual, exponiéndose a la opinión general que merecía el consumo de este arte “popular”. Según los prejuicios culturales que encontramos en la mayor parte de occidente, la exhibición pública del consumo de este arte popular se dignificará o legitimará según las preferencias de las construcciones discursivas proyectadas por cada comunidad desde las autoridades académicas, comerciales, ideológicas y políticas. Un adulto viendo dibujos animados en una sala de cine en presencia de otros adultos y proyectando evidentes señales de regocijo, está poniendo en seria duda su madurez y criterio artístico, que son a su vez algunos de los pilares básicos de la figura pública del adulto occidental (esto se contrastará productivamente, en el tercer capítulo, con la construcción social del adulto en Japón, a través del *tatema*). La invención del televisor, pero especialmente la de la televisión por cable y satélite, permite un acceso democratizado e individualizado a esta experiencia artística (Farley 2003: 149), haciendo que la apariencia del adulto no se exponga a la opinión pública.

Mucha de la problemática de la animación reside en sus mismos contenidos – personajes, argumentos, temas, diseños, etc. Los cortometrajes animados son concebidos en los Estados Unidos a principios del siglo XX como extensiones o complementos de los actos de vodevil. Esto ciertamente asegura una audiencia predeterminada: el vodevil, el cabaret o los clubs privados eran las formas de entretenimiento nocturno más comunes para una clase obrera norteamericana que viviría profundas crisis sociales y económicas hasta finales de los años 30. Pero la popularidad del vodevil decaería mientras que la de la animación, y la del cine en general, aumentaría y acabaría sustituyéndolo en muchos teatros y salas de variedades. Entonces, la animación pasa a ser dominio de un nuevo medio y audiencia, los cinematográficos. Y, dentro del ritual de “ir al cine”, la animación ocupa un sitio marginal, cuando el cine, por su naturaleza evasiva y continuadora del entretenimiento barato del vodevil, todavía carecía del aura de prestigio de la que disfruta hoy en día. Ni cuando su industria ni la Academia consiguen dignificar el cine de imagen real, la animación consigue salir de los márgenes físicos del fenómeno cinematográfico más canónico (es decir, antes de las películas). Como veremos en el desarrollo de este estudio, sólo Disney consigue sobrevivir holgadamente en la industria de los primeros largometrajes animados cuando consigue acercar esta expresión artística a un hiperrealismo que hiciera olvidar a la



audiencia que se encontraba delante de una proyección en la que no hay personas de carne y hueso.

El cambio de las audiencias de estas salas de variedades debió de ser definitivo en Estados Unidos en cuanto a la orientación de la animación. A partir de los años 30, el cine ya ha eclipsado totalmente al vodevil como forma popular de entretenimiento adulto. Su audiencia se vuelve completamente familiar: mientras que parecía que los primeros experimentos en proyección de imágenes en movimiento iban a tener como resultado sofisticadas atracciones de feria (Bould 2003: 80; Maltin 1987: 1-11), su consecuente evolución durante la primera mitad del siglo XX mostró una gran capacidad para desbancar otras formas populares de entretenimiento como el vodevil, el cabaret, la ópera, la danza e incluso el sacrosanto teatro. El cine ofrecía proyecciones de narrativas llamativas que podían tener entretenida a toda la familia durante unas pocas horas, con un esfuerzo intelectual mínimo. De hecho, las primeras películas se centraron más en contenidos de ciencia ficción que implicaran el uso de efectos especiales para ofrecer a la audiencia una experiencia visual sin precedentes. Estas primeras películas, sin sonido sincronizado (obligando al espectador a lecturas rápidas de subtítulos para poder seguir la trama) y en blanco y negro, podían en mayor o menor medida atraer la atención de los niños, pero definitivamente estos no eran un producto fácil para su consumo (que exigía cierta habilidad de lectura rápida y comprensión del pacto de ficción). Los propietarios de los cines sabían que se venderían entradas adicionales a los niños si incluían material que pudieran disfrutar cognitivamente. Por ello, comenzaron a proyectar cortometrajes de dibujos animados, de unos siete minutos de media, antes de la película de imagen real que ellos mismos encargaban a las nacientes empresas de animación norteamericanas (Barrier 1999: 11-16; Maltin 1987: 11-28).

Aunque en los albores de la animación los dibujos en movimiento eran algo que fácilmente podía atraer la curiosidad de los adultos por su carácter novedoso, rápidamente se relegaron al consumo infantil, independientemente de su forma y contenido, por su posición dentro del ritual de “ir al cine” o del consumo de materiales audiovisuales. Esto se repite en la era televisiva, donde la animación sólo aparece en las franjas horarias cuando se supone que hay más niños delante de los televisores: las tardes de entresemana y las mañanas de los fines de semana. Y aun en la época de Internet, podemos seguir hablando del fácil acceso que hay en la red a este tipo de productos audiovisuales dirigidos a audiencias preescolares. Esto es lo que nos permite

obviar el eterno debate académico que quiere definir el arte orientado a un público infantil por sus contenidos y centrarnos en su recepción condicionada por su disponibilidad. Si la animación en Estados Unidos, y el resto de occidente por extensión, se considera que es principalmente para niños, es porque se ha asentado en un espacio de consumo idóneo para ellos o, para utilizar las palabras de John Rowe Townsed, un arte, la literatura en su caso, está orientado a un público infantil cuando sus productos aparecen “on the children’s list of a publisher” (1971: 9).

Sin embargo, sería una negligencia ignorar por completo sus contenidos, en cuanto han servido para confinar el género de la animación al consumo infantil. Que naciera siguiendo los intereses del arte del vodevil ayudó a que la animación inicialmente heredara parte de su audiencia clandestina, pero ganó nuevos adeptos. Los actos de vodevil se vieron traducidos en cortos animados al alcance de una nueva audiencia. La bufonada, el ritmo dinámico, tramas poco elaboradas, el impacto visual, la dependencia en la música y los personajes estereotipados y recurrentes eran elementos que seguían deleitando a las nostálgicas audiencias originales del vodevil, pero que en la animación encontraron una salida muy rentable como entretenimiento infantil (Sartin 1998: 67-85). Como las películas de imagen real, al principio, ir a ver proyecciones cinematográficas no era más que entretenimiento en estado puro (igual que el vodevil): el cine tardaría en ser visto como otra forma de consumo artístico digno, y habría de pasar todavía cierto tiempo para que la crítica comenzase a preocuparse de sus potenciales contenidos edificantes o estéticos. El contenido de los primeros cortos animados se construye desde la subversión de las relaciones entre los animales de las fábulas clásicas de Fedro y Esopo (Maltin 1987: 129-131). Esto se podría ver como un intento de infantilizar los contenidos de la animación, pero hay que tener en cuenta que las fábulas clásicas originalmente no iban exclusivamente dirigidas a los niños y los dibujos animados pocas veces retienen su mensaje moral. Ciertamente, el sonido sincronizado y, más tarde, el color hicieron que la animación se prestara más a una salida comercial infantil; pero no olvidemos que para que este producto cultural, artístico y mercantil llegue a las manos (ojos y oídos) de los niños, los adultos tienen que jugar un papel fundamental en el que accidental o voluntariamente se convierten en consumidores colaterales (o no) de este medio (véase Seiter 1995 y Hendershot 1998). En este sentido, muchos son los adultos que se convierten en los moldeadores de las formas discursivas que determinan muchos aspectos del consumo de este arte popular.

Siguiendo las aportaciones a los estudios culturales de Michel Foucault (1969), las formas de entretenimiento popular también se pueden interpretar como el resultado de una filtración discursiva por autoridades políticas y religiosas. Estos discursos, que cristalizan una forma de control de masas, influirían notablemente en el contenido de los productos usados para el entretenimiento popular. En las artes audiovisuales, el decoro o el propagandismo son variables que se manifiestan de diferentes maneras en sus contenidos debido a la configuración ideológica, social y ritual de cada comunidad en un periodo determinado. El decoro se convierte en una manera de deshacerse de lo que discursivamente se considere de mal gusto u ordinario en el arte a las órdenes de las instituciones dominantes. La violencia, por ejemplo, se manifiesta insistentemente en la animación de todos los tiempos, algo que comúnmente no se considera apropiado, decoroso, para los niños, como veremos en la filosofía Disney. Y no podemos negar que la animación universal durante la Segunda Guerra Mundial se llenó de mensajes xenófobos, racistas y ultra-patrióticos, algo que en principio tampoco se considera adecuado para el consumo infantil. En estos casos, podemos decir que la animación es un medio que se juzga principalmente por su forma y que a menudo ha mostrado claras negligencias, y contradicciones, a la hora de ser evaluado por su contenido.

Todo lo relatado hasta aquí es aplicable a un contexto occidental, con Estados Unidos como eje económico e ideológico principal. Mientras que se puede intuir que Europa hereda algunos de los prejuicios de la animación estadounidense, Oriente apenas puede sentirse identificado con esta panorámica de la historia de la animación más que en unas pocas analogías casuales. Japón se convierte en el centro oriental de producción de animación, y lo hará tras la estela del principal competidor mundial. Pero Japón tiene una relación más conciliadora con el avance tecnológico, pues a principios del siglo XX Japón había pasado de ser una sociedad feudal a una industrializada en poco más de medio siglo. En cierta manera, se puede decir que Japón adaptó mejor que nadie el avance tecnológico a su configuración cultural, haciendo que el primero ayudara en la medida de lo posible a la segunda sin alterarla excesivamente. En el cine, y en la animación en particular, los japoneses vieron un excelente medio tecnocrático para continuar y sofisticar sus propias manifestaciones artísticas como la caricatura, los pergaminos, los grabados o el teatro kabuki. En Japón, se puede argumentar que la animación no se vio exclusivamente vinculada al consumo infantil. De hecho, algunos cortos europeos influyeron tan negativamente entre los niños nipones que, ya en 1917,

se necesitó distinguir entre aquella producción animada apropiada para un público infantil y para uno adulto. Hasta que Osamu Tezuka no toma las riendas en la década de los 60, la animación japonesa temprana estará mayoritariamente formada por documentales propagandísticos y cintas educativas para colegios, universidades y escuelas de formación complementaria. Como resultado, cuando la animación japonesa empezara a usar narrativas complejas, los adultos estarían pertinazmente involucrados tanto en su producción como en su consumo. Pero ciertamente, la producción de animación nipona no sería un punto a desarrollar si Japón no hubiera tenido un papel crucial en la globalización, pues hoy en día supone la competición más feroz de la primera potencia mundial, los Estados Unidos.<sup>1</sup> No sólo en el plano económico, sino en el de la animación también.

La década de los 90 (los últimos diez años del siglo XX y del segundo milenio, con toda su paranoia finisecular y milenarista) es ciertamente crucial para la explosión fenoménica que está viviendo la animación hoy en día. En los 90, tal vez por casualidad, convergen todos los factores que darían lugar a esta explosión que todavía está en marcha. Los objetivos principales de este trabajo de fin de máster serán, por tanto: definir los factores históricos que han condenado los dibujos animados al consumo infantil, considerar las motivaciones artísticas de sus creadores y las restricciones que sufrieron por parte de la globalización, ver cómo han cambiado los consumidores de este medio (y consecuentemente la actitud creativa de los animadores) y cómo todo esto ha influido, negativamente, en la concepción global del medio como expresión cultural. Todo esto para concluir en la redistribución social que ha generado el consumo de este arte tan marcado en todo el mundo, generando así unas nuevas minorías de difícil catalogación cultural, que se han construido desde una difícil negociación actual de las formulaciones identitarias occidentales de madurez y buen gusto que pone en duda el consumo de este nuevo medio.

En este estudio intentaremos huir de las visiones de la crítica anglo-céntrica que toma la producción de animación necesariamente como un reflejo de la identidad ultra-patriótica de los Estados Unidos, como las historias oficiales que Maltin y Barrier ofrecen de la animación. Nuestro interés será un poco más ambicioso y pretenderá desentrañar qué tipo de consecuencias acarrea la democratización de un arte popular

---

<sup>1</sup> Reaccionando a entidades influyentes como Disney, Warner Bros. o Hanna-Barbera. De hecho, muchos críticos se toman la historia de la animación norteamericana como una constante reacción a la hegemonía Disney (Wells 1998: 35; véase también Raffaelli 1997; Wells 2002 y Wells 2003).

genuinamente estadounidense más allá de las fronteras del país del Tío Sam. Para ello tomaremos ventaja de nuestra posición más periférica y alejada del interés académico clásico y dominante y, así, incluir enriquecedoras perspectivas europeas. El fenómeno de la globalización ha permitido que no sólo los dibujos animados estadounidenses se emitan en las televisiones de todo el mundo, sino que también lo hagan otras producciones del resto de occidente y oriente. Y para una valoración global del impacto de la animación sobre las sociedades humanas, han de tenerse en cuenta otras perspectivas nacionales, o transnacionales, que frecuentemente se ignoran o no se tratan en profundidad en los manuales de mayor difusión que tratan sobre la animación de los Estados Unidos.

Teniendo todo lo anterior en cuenta, y en cuanto a su estructura se refiere, el primer capítulo de este trabajo versará sobre las circunstancias que caracterizaron la creación de los dibujos animados en Estados Unidos e influyeron en su estigmatización como un producto marginal (o infantil) que pasaría a ser así exportado al resto del mundo. El segundo capítulo ofrecerá una panorámica de la producción de animación a cargo del principal competidor de los Estados Unidos y en él veremos qué importante papel jugó para occidente (léase Estados Unidos), especialmente a partir de mediados del siglo XX. El tercer capítulo considerará el evento tecnológico que revolucionó el medio audiovisual, la televisión, y descubrirá la importancia que tuvo a la hora de redefinir crucialmente el género a finales del siglo XX cuando se adaptó a esta nueva plataforma de difusión. El último capítulo tendrá un enfoque más antropológico e intentará establecer los cambios clave que todo esto ha implicado para la sociedad globalizada de hoy en día. Una conclusión finalmente aglutinará las ideas más relevantes tratadas a lo largo de este trabajo.

De modo adicional, el trabajo también incorpora un anexo en el que se puede encontrar una cronología que pretende servir de ayuda a la hora de dibujar una breve historia de la animación, y que complementa y sirve de guía a la lectura de este volumen. Además, en la cronología se incluye la traducción oficial que algunos productos de animación japonesa han tenido en contextos anglófonos y en España y que no se han incluido a lo largo del trabajo.

## Capítulo 2. Estados Unidos: centro hegemónico de la animación occidental

“Animation should be an art. That is how I conceive it. But as I see what you fellows have done with it, making it into a trade... not an art, but a trade, bad luck!”

—Winsor McCay

### 2.1 Introducción

En este capítulo revisaremos la historia de la animación occidental en cuanto supone una influencia prácticamente global para la creación, concepción y consideración de los dibujos animados como un nuevo entretenimiento y medio artístico. Nuestra atención se centrará principalmente en la producción de animación de los Estados Unidos, pues, como primera potencia mundial, hace que las tradiciones audiovisuales europeas o sudamericanas sean prescindibles para este estudio (desgraciadamente, gran parte de África no genera, ni ha generado apenas, material en este medio, cosa que seguramente hubiera contribuido a enriquecer las diferentes visiones que se tiene sobre la animación). En este capítulo, también trataremos de esclarecer algunos conceptos relacionados con la jerga de la animación, para facilitar el seguimiento de esta investigación y poner de relieve los eventos más importantes de la historia del cine que ayudaron a la conceptualización del género artístico de los dibujos animados.

Este capítulo abordará principalmente (especialmente en sus dos subsecciones centrales) la época dorada de la animación de los Estados Unidos. La elección de este límite temporal es principalmente por el cambio radical en el género que supuso la invención del televisor, pero coincidió con otros hitos en la animación: los dibujos animados dejaron de proyectarse principalmente en las salas de los cines y la industria de animación del resto del mundo se estaba haciendo notar visiblemente. No se pueden dar fechas concretas del final de este período, pero el presente capítulo abarca la historia de la animación desde sus primitivas manifestaciones en el siglo XIX hasta la mitad del siglo XX, cuando la televisión fuerza una transición del consumo de audiovisuales durante las décadas de los años 50 y 60. De cualquier modo, y a forma de conclusión para este capítulo, trazaremos las líneas generales de pensamiento y configuración cultural que han podido operar en el proceso de consolidación de la animación, al

menos en el mundo occidental, como un producto dirigido a consumidores infantiles y, en parte debido a esto, potencialmente despreciado por los adultos.

## 2.2 La semilla de un nuevo género artístico popular: la animación decimonónica

Convendría delimitar la extensión del término “animación”, dado que esta palabra ha pasado de un uso genérico a uno específico en el ámbito artístico. En un sentido amplio, todo el arte cinematográfico puede considerarse animación, ya que lo que este exige son imágenes en movimiento, esto es, animadas. En el cine de imagen real esta asociación se pierde rápidamente, pues se percibe que son los actores los que generan el movimiento y no la sucesión secuenciada de fotogramas. En el caso de los dibujos animados, el término “animación” parece más apropiado para referirse al esfuerzo humano de crear la ilusión de que algo totalmente aquinético como un dibujo pueda moverse.

Por su popularidad en el mundo occidental, “animación” se asocia generalmente con “dibujos” en movimiento, aunque la industria cinematográfica es consciente de que hacer que figuras de arcilla, plastilina o píxeles y marionetas se muevan en las pantallas es también un ejercicio artístico de animación. En este sentido, utilizaré el término “animación” para referirme a toda aquella producción audiovisual que no toma sus imágenes en movimiento de fotografiar personas de la vida real<sup>2</sup> y que, como he explicado en la introducción, es la que más se resiste a entrar en ámbitos académicos, canónicos o en el “mainstream”. Y usaré el término “dibujos animados” con el sentido que le han dado los contextos coloquiales hispanohablantes (que viene a ser un equivalente peyorativo del “cartoon” anglosajón, pero sin abarcar las tiras cómicas): la tendencia más común en la animación, mostrar ilustraciones o pinturas en movimiento. Cuando se incida en otros tipos de animación audiovisual, será especificado puntualmente.

De hecho, para tratar los precedentes del arte cinematográfico en el siglo XIX, tenemos que hablar de la historia de “imágenes en movimiento”, como una manera de aunar el origen que el cine de imagen real y la animación compartieron. Antes de la invención de la fotografía, diferentes científicos, matemáticos e inventores europeos crearon rudimentarios sistemas de manipulación de imágenes para crear la ilusión de

---

<sup>2</sup> Adicionalmente, al género audiovisual no animado lo denominaré “cine de imagen real”; aunque no hay que olvidar que la palabra “cine” proviene del verbo griego *κινῆν*, que significa “moverse”.



movimiento que hicieron las delicias de algunos aristócratas en su tiempo libre (Maltin 1987: 2). La historia temprana de las imágenes en movimiento encuentra hitos de avance tecnológico que van desde el sencillísimo taumatropo (1824) de John Ayrton Paris hasta el zoopraxiscopio (1879) del fotógrafo inglés Eadweard Muybridge, que resulta ser el antecedente inmediato del cinematógrafo, pasando por el estroboscopio (1829) del matemático austríaco Simon von Stampfer, el fenaquistiscopio (1832) del físico belga Joseph Plateau, el zoótropo (1834) del matemático inglés William George Horner, el proyector fenaquistiscópico (1852) del barón Franz von Uchatius, el quineógrafo o folioscopio (*flipbook*, 1868) del litógrafo británico John Barnes Linnet y el praxinoscopio (1877) de Émile Reynaud.

Paralelamente, el progreso en la impresión fotográfica acabó demostrando que el celuloide sería imprescindible para abaratar y mejorar la calidad de las proyecciones tempranas de imágenes en movimiento. Tomás Alba Edison y Herman Casler inventaron, respectivamente, el quinetoscopio (1891) y el mutoscopio<sup>3</sup> (1894), que ofrecían un visionado individualizado de imágenes en movimiento. Estos aparatos se distribuyeron por los centros de ocio de Estados Unidos y luego de Europa, añadiendo una atracción más a las posibles actividades lúdicas de la emergente clase obrera occidental masificada y ofreciendo beneficios económicos a los propietarios de estos centros. Así, el origen de las imágenes en movimiento se suscribe como un avance tecnológico que sólo encuentra una salida rentable en el entretenimiento “popular”, aunque fuerza una estimuladora simbiosis con la expresión artística visual (la pintura, el dibujo, el diseño, la ilustración, la caricatura, la imagen creada por el hombre, la fotografía).

La última década del siglo XIX fue decisiva para definir la forma y consumo de esta nueva experiencia de ocio y arte que ofrecía el cinematógrafo. Los hermanos Lumière encuentran idónea la distribución espacial del teatro para pases privados de filmaciones experimentales y Georges Méliès rentabiliza las proyecciones de películas en teatros produciendo una gran selección de títulos, entre los que destacan *Arrivée d'un train gare de Vincennes* (1896) y *Le Voyage dans la Lune* (1902). No sorprende que estos, junto a otros pioneros occidentales del nuevo género, como James Stuart Walton, Walter Robert Booth, Segundo de Chomón o Ferdinand Zecca, tenían su vocación profesional sobre de los escenarios de los espectáculos de variedades, los cuales eran

---

<sup>3</sup> Una versión simplificada y más manejable del quinetoscopio de Edison.



una plataforma ideal de experimentación y mejora para el medio. Así, estos rodajes tempranos de películas estaban “primarily concerned with the presentation of spectacle” hasta que se desarrolló una narrativa apropiada para el medio cinematográfico entre 1908 y 1914 (Bould 2003: 80). A partir de estas fechas, el cine empieza a apelar a una nueva audiencia, pues ya está empezando a ofrecer un producto que deja de encajar físicamente entre los interludios de los espectáculos de variedades y, por tanto, demanda un nuevo espacio adaptado a su consumo al que puede tener acceso un público más universal, el *nickelodeon*.

Ciertamente, no se puede negar que el cine de imagen real, que al adoptar formatos narrativos se aseguró su ascenso al canon y “mainstream” occidental, proliferó durante el siglo XX en prácticamente todas las tradiciones nacionales del mundo. Sin embargo, el origen y desarrollo de la animación occidental se circunscribe principalmente en suelo estadounidense, a excepción de algunas figuras emblemáticas de Europa o Sudamérica prácticamente desconocidas como Norman McLaren (animador experimental escocés), Jiří Trnka (marionetista de Praga), Yuriy Borisovich Norshteyn (premiado animador ruso) o Quirino Cristiani (caricaturista y director argentino).

La escasa aportación europea al género de la animación se dio de manera vanguardista e intermitente y se debió a la falta de una infraestructura industrial que sirviera continuamente de apoyo técnico a los creadores y a que estos mismos creadores fueron incapaces de reunirse en equipos para trabajar. Sólo las potencias más poderosas de Europa serían capaces de producir, muy de vez en cuando, durante la primera mitad del siglo XX, algún título de animación que pasaría sin pena ni gloria en los márgenes del ritual occidental de ir al cine (y con “en los márgenes” nos referimos principalmente a la publicidad). Incluso algunos animadores europeos tuvieron que ir a Estados Unidos para poder formarse y mejorar dentro de este nuevo arte. Por eso, este capítulo se centrará fundamentalmente en la producción de dibujos animados de los Estados Unidos como la más determinante en Occidente, y que, gracias a su nuevo rol como principal potencia económica mundial, se acabaría, tarde o temprano, distribuyendo por el resto de los países anglófonos, Europa y parte del Lejano Oriente. Así, se intentarán dilucidar las líneas generales de pensamiento, de origen estadounidense, que no sólo han moldeado el género, sino que también han influido decisivamente en su aceptación sociocultural occidental.

Los primeros animadores estadounidenses fueron actores de *chalk-talk*, un número de vodevil que consistía en un monólogo humorístico reforzado visualmente por los dibujos que los comediantes hacían *in situ* en una pizarra con tizas. Para una variación del número *chalk-talk*, el ilustrador de vodevil James Stuart Blackton filmó “The Enchanted Drawing” en 1900, un ilusorio juego visual donde se veía al mismo actor convirtiendo en objetos reales los dibujos que esbozaba en una hoja e interactuando con la caricatura de un busto que cambiaba su estado anímico. Otra variación de este acto que realizó Blackton fue “Humorous Phases of a Funny Face”, que se proyectó en 1906 y redujo la presencia en pantalla del actor real a su mano trazando las líneas generales de los dibujos en movimiento. En cuanto a su recepción entre el público de vodevil, Stefan Kanfer menciona que “[f]or all its crudity [...] “Phases” was a breakthrough piece, and a revealing view of popular culture” (1997: 18).

Comúnmente, se considera que el “Fantasmagorie” (1908) de Émile Cohl es el primer dibujo animado en cuanto a técnica de producción se refiere: “Fantasmagorie” se hace, al igual que “Phases”, fotografiando imágenes en una pizarra modificadas sucesivamente y se evita mostrar la metaficcional interacción humana. Aunque creó un precedente técnico y estético, Cohl, de origen francés, tuvo más relevancia para la animación de oriente, como veremos en el próximo capítulo. De todos modos, la estética onírica, fluctuante y alucinógena, que recuerda la técnica narrativa occidental del *fluir* de la consciencia, de toda esta producción animada de vodevil, supone una experiencia visual nueva sin precedentes que suprime las categorías de percepción y se deshace de las condiciones normales del raciocinio (Wells 2002: 5). Esta estética (o lenguaje, como Wells prefiere llamarlo) podría haber sido vista como una técnica más de la expresión vanguardista, pero a la larga condenaría el género al consumo infantil y al desdén público.

Winsor McCay se encuentra entre los actores de vodevil más emblemáticos para el desarrollo de la animación occidental debido a su currículum: no sólo era camarógrafo, también iba de gira por los vodeviles de Estados Unidos y había trabajado como dibujante de tiras cómicas para los suplementos dominicales de periódicos neoyorquinos. Dibujando cómics para la prensa, McCay exploró las necesidades básicas de diseño para recrear movimiento en sus viñetas (Goulart 1995: 19-20). De hecho, su primer proyecto en animación surgió por las ganas de ver a su personaje de las tiras cómicas, Little Nemo, moverse en un corto titulado “Winsor McCay, the Famous

Cartoonist of the *N. Y. Herald* and His Moving Comics” (1911). Con sus otros cortos, “How a Mosquito Operates” (1912), “Gertie the Dinosaur” (1914), “The Sinking of the *Lusitania*” (1918), la trilogía de *Dreams of a Rarebit Fiend* (1921), “The Centaurs” (1921), “Gertie on Tour” (1921) y “Flip’s Circus” (1921), McCay se reveló como un animador muy versátil que “had proved to the world that animation could express everything, consciously or unwittingly, from unstated eroticism to outright political propaganda” (Kanfer 1997: 31). Lamentablemente, mientras McCay quería hacer de la animación un arte vanguardista que podía soportar cualquier tratamiento temático y formal, las mismas fuerzas industriales que sacaron los cortos animados del vodevil, los convirtieron en un producto más infantil y desvirtuado de las intenciones artísticas originales de estos actores de *chalk-talk*.

Siguiendo la estela de antiguos caricaturistas que trabajaban en la animación de vodevil (como McCay, George McManus, Milt Gross o Sidney Smith), John Randolph Bray se ingenia una manera de reducir los costes de producción de dibujos animados, a la vez que agiliza su creación, para explotarlos comercialmente. Bray usa fondos fijos a los que les superpone hojas de acetato con los dibujos que se van a mover. Para crear la ilusión de dibujos en movimientos, bastaba sólo con modificar el elemento en sí del dibujo global que se quiera animar en la hoja de acetato o celda,<sup>4</sup> sin la necesidad de redibujar el fondo para cada fotograma o prescindir de él.<sup>5</sup> “Colonel Heeza Liar in Africa” (1913) se considera el primer dibujo animado comercial que demostró su gran rentabilidad abaratando la producción y satisfaciendo a las nuevas audiencias familiares que podían encontrar estos materiales en los *nickelodeones*, las primeras salas de cine familiares estadounidenses.

Pero este abaratamiento de la producción organizado en cadenas de montajes conllevó claras consecuencias estéticas y formales: el dibujo se tenía que simplificar, los personajes monocromáticos que se moverían tenían que destacar sobre un fondo igualmente monocromo, por lo que el detallismo en el diseño se redujo a unas pocas pinceladas sugestivas. La serie de cortos *Felix the Cat* (1919-1930), una colaboración difícil entre el caricaturista Pat Sullivan y el animador Otto Messmer, demostró ser la

---

<sup>4</sup> En el mundo de la industria de la animación hispanohablante, estas hojas de acetato son conocidas como “celdas”, una traducción inapropiada de la palabra inglesa “cell” que realmente es una contracción de “celluloid”, el material de que estaban hechas estas hojas transparentes. De todas maneras, “celda” es un nombre técnico adecuado para referirse a los bloques independientes del dibujo que van a estar animados en la pantalla.

<sup>5</sup> No obstante, aunque Bray inventara este sistema que, al cabo de poco, se volvería imprescindible en la producción de animación, fue Earl Hurd quién se llevó la patente en 1914 e iría mejorando la técnica.

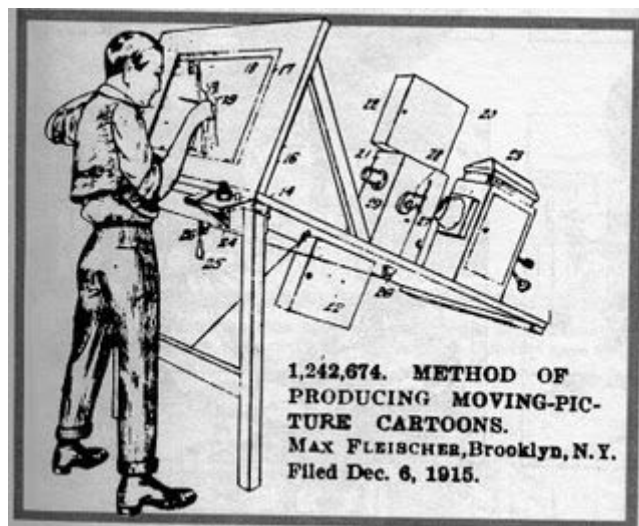
culminación más efectiva de la animación por celdas. El público veía animación de calidad en sus cortometrajes, que llegó a interesar a cines europeos y orientales (Kanfer 1997: 41). Y esto usando un diseño simplista, lo que en el arte, como ya he apuntado anteriormente, se percibe como más apropiado para una audiencia infantil.

Esta tendencia de animar animales antropomórficos, normalmente como actores estereotipados del vodevil, ayudaría, aunque injustamente, al confinamiento de la animación al consumo infantil. Messmer respondía “[w]hy animate something you can see in real life?” (en Kanfer 1997: 37) cuando le preguntaban por su preferencia por personajes animales. El fotógrafo y caricaturista californiano Paul Terry descubrió que las relaciones entre animales que mostraban las fábulas clásicas de Esopo podrían proporcionar un buen material para los cortos animados. Así, en los años 20, Terry crea las *Æsop’s Fables Modernized*, una serie de cortos donde los animales humanizados eran sus protagonistas (inmersos en situaciones surrealistas) y se ofrecía una moraleja, deformada por un humor que sigue el anticlimático y ambiguo *American style*, forjado por figuras históricas como Mark Twain o Walt Whitman para la identidad literaria estadounidense.

Estos dibujos animados, disfrazados de infantiles por su supuesta dimensión moralizante, adoptan el tono burlesco, pero respetuoso, de los relatos breves de frontera de color local producidos en la Costa Oeste durante el siglo XIX y suponen el precedente más inmediato para las dinámicas de los cortometrajes de éxito de Walt Disney y Warner Bros. Merecen especial mención los cortos del personaje Farmer Al Falfa, creados antes que las *Æsop’s Fables*, que incorporaron personajes estereotipados negativamente de la Norteamérica rural al elenco recurrente de inspiración vodevil.

Con este tipo de protagonistas, los animadores no pretendían ofender a su audiencia; de hecho, se ríen de un sector de la sociedad que no tiene acceso a la experiencia cinematográfica, y los padres no debían encontrar excesivamente peligroso para la formación ideológica de sus hijos la exposición a estos clichés. Aun así, los animales antropomórficos se seguían viendo como el producto de una imaginación feroz y los humanos estereotipados como elementos imprescindibles para provocar humor desde una candidez pueril, elementos (creatividad y sátira) que ayudan a que el arte se adscriba al consumo marginal y se resista a su consideración académica.

**Figura 1.** El rotoscopio consistía en un gran atril con un soporte transparente, en el que fotografías y fotogramas se proyectaban con una cámara, facilitando así el calco de imágenes reales por el animador. Hoy en día, la técnica infográfica de captura y digitalización del movimiento con sensores electrónicos también es conocida como rotoscopia.



Un avance tecnológico clave para la animación lo haría el caricaturista de origen polaco Max Fleischer, cuyos cortometrajes se centraron más en mostrar personajes humanos en vez de animales antropomórficos. Fleischer estaba convencido de que calcando los fotogramas de una filmación de imágenes reales dinamizaría enormemente el proceso de producción de dibujos animados. Esta técnica demostró ser bastante cara y aparatosa (lo que contribuiría a la bancarrota de sus estudios Out of the Inkwell hacia finales de los 20) y la animación de acetato seguiría dominando, pero al menos el rotoscopio (1912) había sido inventado (figura 1). Aunque esta técnica, aparentemente, parecía que podría generar el hiperrealismo cinematográfico que más tarde catapultaría a Disney a la fama, Fleischer combinó los dibujos rotoscopiados con diseños caricaturescos e imágenes de la vida real, como resistiéndose a ceder totalmente sus dibujos animados a la irracionalidad de la fantasía, aunque reafirmandose en esta absurdidad que genera el uso de la metaficción.

En esta línea, la serie de cortos *Koko the Clown* (1924-1927) de Fleischer continuó con la tradición metaficcional inaugurada por los primeros animadores de vodevil, quedándose prácticamente, de alguna manera, en toda la producción consecuente de cortometrajes y seriales animados de los Estados Unidos. Los contenidos metaficcionales de los cortos animados, que irían desde la intervención del animador con imágenes reales hasta la representación de mismas salas de cine, pasando por comentarios ontológicos de los mismos personajes, contribuirían a darle al medio un trasfondo de constante absurdidad que se interpreta como una manera de evadir la realidad y asuntos más trascendentales y cuestionar las nociones preestablecidas de la existencia o realidad (Waugh 1984: 52). Como expone Rose, la metaficción, un recurso

artístico de corte popular y vanguardista, ha sido ignorada por la academia hasta que se ha llamado la atención sobre su presencia generalizada en clásicos literarios premodernistas como *El ingenioso hidalgo don Quijote de la Mancha* (1605-1615), *The Life and Opinions of Tristram Shandy, Gentleman* (1759) o *Madame Bovary* (1857) (Rose 1993: 59). Resulta extraño que la metaficción se asocie a estrategias para niños si tenemos en cuenta que su comprensión adecuada requiere una agilidad intertextual y un bagaje artístico que las audiencias infantiles no tienen por qué haber desarrollado (Rose 1993: 36-45). Tal vez, la opinión que condena la metaficción como algo absurdo y carente de lógica y coherencia analítica, es aquella incapaz de aprehender el funcionamiento interno del texto, perdiéndose así las relaciones intertextuales y los referentes artísticos y culturales que rodea su creación.

De este modo, podemos ver que, en los primeros treinta años desde su surgimiento, la animación se construye adaptándose a necesidades industriales; transformándose en un producto más apto para el consumo infantil. Esto puede parecer casual, y casi inevitable, si tenemos en cuenta que la estética y contenidos de la animación temprana se han podido desarrollar al margen del naciente discurso hegemónico de Hollywood, que homogeneizaría el estilo de la producción cinematográfica según el etos que los Estados Unidos estaban fraguando como primera potencia mundial (Feigenbaum 2007: 377). Las entidades tempranas de la industria de la animación, como la International Film Service, Barré Studio, Fleischer Studios o Pathé Distributors, ejercieron un limitado papel en la producción de dibujos animados, lo que facilitó que el género fuera más de autor (como todavía lo es). Si los productos de animación generaban los ingresos suficientes como para recuperar su inversión y ganar beneficios, las compañías, estudios y distribuidoras no tenían nada que objetar ni de su forma ni contenido, lo que dio mucha libertad artística. Esto, a su vez, en principio hace pensar que el contenido y la estética de los dibujos animados respondían al gusto artístico del animador o productor o director y no iba intencionalmente dirigido al público infantil (Neuwirth 2003: 57). De todos modos, si alguien se quería hacer notar en el mundo de la animación, se tenía que respaldar con las empresas más poderosas establecidas en Nueva York y California. Así lo hizo Disney, abandonando su estudio provinciano de Kansas, Laugh-O-Gram, y yendo a buscar fortuna en Hollywood en 1923.



### 2.3 El *Magic Kingdom* de Walt Disney

La época en que Walter Elias Disney empezó su andadura en el mundo de la animación profesional, las décadas de los 20 y 30, fue un período decisivo para la promoción del cine como arte. En 1929 la Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas de Hollywood (creada dos años antes para promover la industria del cine) celebra la primera gala de entrega de los Premios Óscar, reconociendo internacionalmente los méritos del cine coetáneo. Ya en 1932, Disney inauguró la categoría de Mejor Cortometraje Animado ganando el Óscar por su primer dibujo animado en Technicolor, “Flowers and Trees”. Luego ganaría nueve de las once siguientes entregas de los Óscar de esta categoría. Disney también fue felicitado en menciones especiales y honoríficas por su labor en el campo de la animación (Academy of Motion Picture Arts and Sciences 2011). Incluso después de su muerte, la labor en vida de Disney se perpetuaría en la poderosa industria que ha creado alrededor de su figura, que aún sigue siendo laureada. Incluso cuando se incluye la categoría de Mejor Largometraje Animado en 2001 y en el Globo de Oro la de Mejor Película Animada en 2006, donde no tiene competencia, Disney mantiene su hegemonía en el género del largometraje animado manteniendo una interesada relación con Pixar. Siguiendo esta iniciativa, empezaron a proliferar festivales de cine para evaluar la calidad de las películas provenientes de todo el mundo: Festival Internacional de Cine de Venecia (1932), Festival de Cannes (1947), Festival Internacional de Cine de Melbourne (1951), Festival Internacional de Cine de San Francisco (1957) o Festival de Cine Sundance (1978). Los festivales de cine internacionales no pueden evitar mencionar el impagable trabajo que Disney ha hecho por la animación, pero prefieren publicitar títulos más independientes.

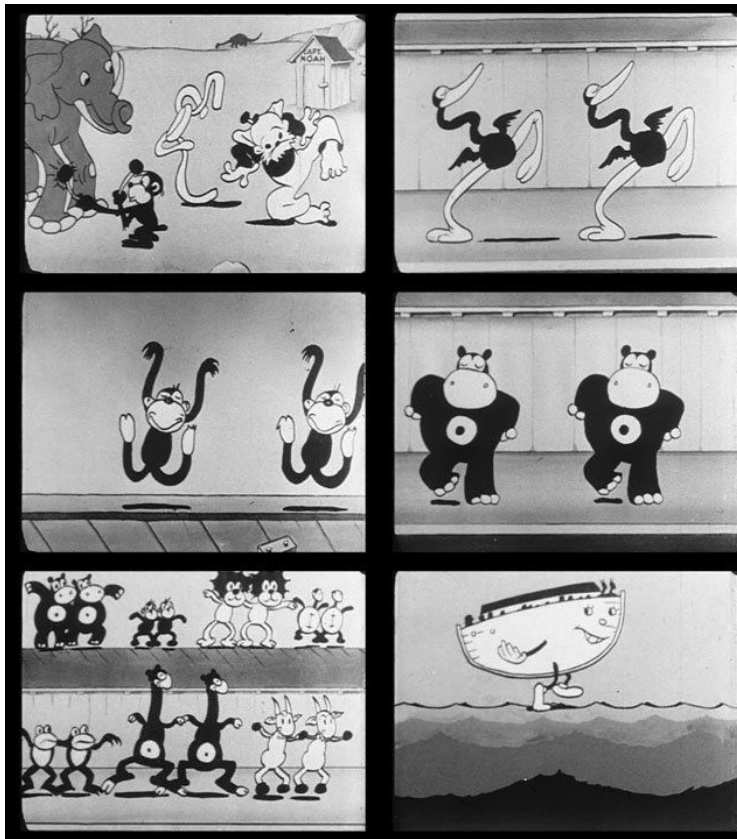
La biografía de Walt Disney es una épica modernista más de la doctrina del destino manifiesto, la garantía del sueño americano y el orgullo de pertenecer a la nación que se había revelado como la más poderosa del mundo. Disney pasó su idealizada infancia en la Missouri rural, para después pasar a desarrollar su pasión por la caricatura y la animación en una agitada juventud en Kansas City –un contexto parecido al de donde empieza la primera alegoría literaria del sueño americano, *The Wonderful Wizard of Oz* (1900) (Thacker y Webb 2002: 85-90). Disney necesita ir al oeste, para poder dedicarse a la profesión que realmente le apasiona, conseguir fama y fortuna, conocer el amor y empezar su conquista de occidente. California, el límite material del destino manifiesto, es el trampolín que le permite seguir con la conquista del mundo de

una manera metafísica, gracias a la macroestructura financiera de la que la industria de Hollywood forma parte: la globalización. El sueño americano de Disney se materializa en The Walt Disney Company, la empresa de medios de comunicación y entretenimiento más grande, poderosa e influyente del mundo, construida como la realización del deseo mágico de hacer que unos garabatos en un papel se movieran. Una compañía, un *Magic Kingdom*, cuya influencia en el mundo globalizado aún está vigente, aunque haga casi medio siglo que falleció el originador de este excepcional fenómeno industrial. Así, Walt Disney alcanzó el estatus de figura legendaria dentro de las narrativas que conforman el etos de los Estados Unidos, el único país que garantiza explícitamente “certain unalienable Rights” y que “among these are Life, Liberty and the pursuit of Happiness” (en la *Declaración de Independencia de los Estados Unidos*, 1776. Énfasis añadido).

Antes de dedicarse autónomamente como empresario a la animación en 1928, Disney ya conocía el medio de la animación lo suficientemente bien como para elegir el camino correcto que le catapultaría a la fama, aunque las circunstancias históricas también contribuirían a ello. En Kansas fue autodidacta en la producción de la animación; en Hollywood, en el estudio gestionado por su hermano, Disney Brothers’ Studio, creó su primer éxito animado infantil, *Alice Comedies* (1923-1927); y trabajando en los cortos de *Oswald, the Lucky Rabbit* en 1928 para la distribuidora Universal Pictures, aprendió una valiosa lección sobre la moralidad corrupta y funcionamiento interno de la industria cinematográfica comercial de los Estados Unidos. Después de perder los derechos sobre su personaje Oswald y gran cantidad de la plantilla del Disney Brothers’ Studio, Disney empieza a trabajar corporativamente en lo que serán sus nuevos estudios de animación (The Walt Disney Company) y el sempiterno personaje de la animación universal (Mickey Mouse) que le lanzarían al triunfo internacional (Maltin 1987: 29-34; Gomery 1994: 71-73; Kanfer 1997: 57-60; Barrier 1999: 35-42; Wasko 2001: 8-9).

Para el tercer cortometraje de Mickey Mouse, “Steamboat Willie” (1928), Disney pudo usar el Cinéfono y la distribuidora que le proporcionó Pat Powers para crear el primer producto de animación con sonido sincronizado que causaría sensación por todo el mundo, haciendo que los dibujos animados “could not only make people laugh and marvel: they could make people believe in them” (Raffaelli 1997: 114). De todos modos, Disney tenía la sensación de que “soundtracks might not work [since]





**Figura 2.** Estos fotogramas de “Noah Knew his Ark” (1930) de las *Aesop’s Fables Modernized* muestran las características principales de la animación “manguera de goma”. Generalmente las extremidades de los personajes se movían como si fueran elásticas, sin seguir ninguna lógica de la anatomía animal o humana. Muchas veces, los objetos rígidos e inanimados del fondo bien presentaban movimientos ondulados o tomaban vida como el arca de las imágenes. En sus inicios, Walt Disney siguió muchos de los preceptos de este estilo de animación.

“Steamboat Willie”, like many other cartoons, recreates a child’s fantasy world, which does not naturally translate into adult language” (Raffaelli 1997: 114; véase también Maltin 1987: 34-35; Hollister 1994: 25-26; Kanfer 1997: 63-64; Barrier 1999: 51-59).

No se puede negar que, por lo novedoso, “Steamboat Willie” asentó las bases canónicas de la animación de calidad, que canalizaban el estilo Disney, una estratégica amalgama comercial de las influencias de los dibujos animados de antes de Hollywood. “Steamboat Willie” hereda una actuación típica de los personajes de vodevil, el estilo de animación “manguera de goma” (“rubber-hose animation”) o el diseño agradable e interés por animales antropomórficos de las *Aesop’s Fables* y de *Felix the Cat* y la candidez propia de los dibujos animados tempranos, intentando hacerse un hueco en la expresión artística occidental (figura 2). Si el estilo que estaba definiendo Disney para los *nickelodeones* no resultaba especialmente atractivo para la audiencia adulta, al menos sus productos podrían tener éxito entre sus hijos.

Desde entonces, hasta finales de los 30, “Disney produced about twenty-five cartoons per annum –roughly half under the Mickey Mouse banner and the rest under the *Silly Symphony* name” (Gomery 1994: 72). Con los cortometrajes de Mickey Mouse, Disney empezó a definir un elenco de personajes entrañables y las dinámicas básicas de los seriales animados con una narrativa bucólica inofensiva. Con la serie de

*Silly Symphony*, Disney desarrolló una hipersensibilidad estética adaptada a los números musicales pastorales que formaban su contenido, lo que se acentuó con los tonos pasteles que dominarían en sus dibujos animados en Tecnicolor. “Flowers and Trees”, de las *Silly Symphonies*, no sólo supone el origen de la apreciación de la Academia por los cortometrajes animados, sino que también se revela continuadora de los ideales conservadores y homogeneizadores del discurso dominante del hombre romántico, blanco y heterosexual. Un discurso que, podría argumentarse, difundía la ideología dominante que proyectaba la madre patria de Walt Disney: los Estados Unidos (véase también Chomsky 1988; 1989 y 1999).

Pero esta perpetuación del discurso dominante estadounidense y la confinación de la animación canónica al consumo familiar no habría sido posible o tan fácil si Disney no hubiera sabido adaptar el avance tecnológico para la mejora y orientación de sus dibujos, lo que también ayudó a su prosperidad económica. Disney iba por delante de otras casas de animación creando el primer dibujo animado con sonido sincronizado y Tecnicolor, construyendo la cámara multiplano (véase figura 9) o estudiando y perfeccionando el método para sincronizar el diálogo con el movimiento de los labios de sus personajes (Maltin 1987: 51-52). Todo esto hace que el cine animado se convirtiese en una experiencia visual nueva y llamativa, pero inevitablemente más apta para el consumo infantil –aunque los adultos también puedan disfrutar legítimamente de esta experiencia gracias al reconocimiento de la Academia y al concepto de la audiencia familiar del *nickelodeon*.

No obstante, en el rebufó económico del Crac del '29, Disney tuvo que apañárselas para poder subvencionar su actividad como animador y empresario. Para sobrevivir a la crisis mundial, Disney tendría que “finance motion pictures by merchandising [his] characters” (Gomery 1997: 73), lo que sería el germen del imperio industrial que es ahora The Walt Disney Company, elaborado como un “interplay of cultural heritage, collective cultural memory, and cultural objects” (Brockus 2004: 192). Con el tiempo, esta iniciativa se traduciría en los ingresos multimillonarios que generan la filial Walt Disney Pictures (dedicada a los largometrajes tanto animados como de acción real), los parques temáticos (repartidos estratégicamente entre Anaheim, Orlando, París, Tokio y Hong Kong), los programas infantiles, las cadenas televisivas y la gran cantidad de *merchandising* que invade prácticamente cualquier rincón del

mundo. Ciertamente, la Gran Depresión convirtió a Walt Disney en un respetado magnate.

En su obsesión por crear dibujos animados familiares, Disney forzó la creación de una animación ideológicamente inofensiva; “blanca” en muchos sentidos.<sup>6</sup> Sus personajes más famosos (Mickey Mouse, Donald Fauntleroy Duck o Goofy Goof), en vez de tener distintivos acentos regionales para caracterizarlos (con el riesgo de reproducir prejuicios estereotípicos discriminadores), platican con los defectos típicos del habla de los niños pequeños. Sus personajes están obsesionados con el sentimentalismo y el romance moldeado por las fuerzas discursivas patriarcales más conservadoras de occidente, y se alejan de comportamientos que hagan insinuaciones sexuales inapropiadas para los niños. Disney incluso coartó la representación multicultural de minorías étnicas, raciales o ideológicas tanto por corrección política como para evitar críticas destructivas hacia sus productos culturales. Aunque la función de estos recursos conservadores fue la de orientar la animación a una audiencia infantil, muchos críticos, entre ellos Douglas Brode (2005) o Jack Zipes (1995), a través del análisis deconstructivo de muchos de sus dibujos animados, han querido demostrar que Disney se interesó en dejar una doctrina progresista subyacente.

Pero si de algún modo Disney dejó su firma de manera reconocible en su producción animada, fue en el aspecto externo que ofrecían sus diseños. La estética de los dibujos animados de Disney, aunque caricaturesca, la podríamos definir como “amable” (“cute”), es decir, conscientemente agradable a la vista, rozando lo visualmente empalagoso (recordemos la preferencia de Disney por los tonos pastel desde la introducción del Tecnicolor). En efecto, los personajes de Disney, especialmente a partir de Mickey Mouse, están diseñados con trazos curvados y ojos grandes que los hacen más orgánicos, tiernos y adorables a la vista. Sus restricciones físicas se redujeron hasta el punto de que no resultaran violentas para los niños (véanse más adelante los doce principios básicos de la animación y las diferencias principales entre Disney y Warner Bros. en la sección 2.4). Disney se mantuvo fiel a esta estética alejada del vanguardismo que invadía la expresión artística occidental, creando su

---

<sup>6</sup> Conviene recordar aquí la preocupación de Hall y Whannel por los efectos disruptivos que la Segunda Guerra Mundial (Walton 2008: 153) tuvo sobre los medios populares. En este caso, el resultado es homogéneo: prácticamente todos los estudios de animación de todo el mundo se dedicaron a producir animación para el ejército de su nación, con clarísimos contenidos propagandísticos. Aunque Disney evadió articular unos posicionamientos ideológicos y políticos comprometidos en su producción artística, la Segunda Guerra Mundial también le obligó a crear, parentéticamente, dibujos animados con despiadados contenidos patrióticos, xenófobos y racistas (que incluso ganaron un Óscar).



**Figura 3.** Varios fotogramas del corto de Disney ganador de un Óscar “Toot, Whistle, Plunk and Boom” (1953), un documental sobre las diferentes clasificaciones de los instrumentos musicales. En ellos se puede apreciar un trazo más recto, crudo y descuidado y una composición espacial y cromática desproporcionada y abrupta. Estas particularidades en el diseño, que se prohibieron sistemáticamente en cualquier producción de Disney, luego serían de gran utilidad no sólo para la firma de la UPA sino también para el abaratamiento de la producción de la animación televisiva.

propia “filosofía”, ya sea porque reflejaba su estilo personal de dibujo o porque atraía a las audiencias infantiles más efectivamente, traducéndose en mayores ganancias económicas.

Cuando menos, resulta curioso el caso de la producción del cortometraje instructivo “Toot, Whistle, Plunk and Boom” (1953), cuyos animadores, aprovechando una ausencia de Disney, optaron por una estética más vanguardista con diseños desproporcionados, irregulares y angulosos (figura 3), reminiscentes de la United Productions of America (véase en 2.4 la huelga de los animadores de Disney y la formación de la UPA). Walt Disney, cuando volvió de Europa y visionó el corto, se enfureció y estuvo a punto de despedir a su animador si éste no hubiera ganado el Óscar después de una década en la que Disney no había recibido ni un solo premio en la categoría de Mejor Cortometraje Animado (Wells 2002: 66-67). Con su enfado, Disney estaba reafirmando la identidad estética de su patente, pero se estaba alejando de los intereses de la Academia y, tal vez, del público no familiar, cuando estos empiezan a valorar otras formas posmodernas para la expresión de la animación.

Lo que demostró la Academia en las galas de los Óscar en la década de los 40 es que Disney ya no era el amo absoluto del cortometraje animado para el cine. Los cortometrajes de *Tom and Jerry* y luego los de los *Looney Tunes*, principalmente,

empezaban a ser galardonados durante los años 40 y 50, revelando que la concepción monolítica de animación que había construido Disney ya no funcionaba en el ámbito de la animación corta. Pero, a finales de los años 30, The Disney Company era tan poderosa económicamente que ya se había podido asegurar su autoridad en el mundo de la animación, pues, por aquella época, era el único estudio que se podía permitir el lujo de producir los primeros largometrajes de dibujos animados. *Snow White and the Seven Dwarfs* (1937) fue el primer título de una creciente y larga lista de clásicos Disney que establecería las bases formales y de contenido de las películas de animación.

Para no cansar a la audiencia con la estética infantil de los personajes y las estresantes dinámicas de los cortometrajes (Maltin 1987: 53), Disney decidió usar la rotoscopia para diseñar personajes más armoniosos y trazar las pautas de movimiento realísticamente. Esta estética se combinó con personajes más caricaturescos (los enanitos) y animales con habla, elementos fantásticos que ratificaron la pertenencia del film a un género infantil. Sus contenidos perpetuaban la filosofía Disney: hombres y mujeres cumplen con sus roles tradicionales, se delimitan muy claramente las barreras entre el bien y el mal desde una moralidad religiosa, se evitan la tensión sexual y los estereotipos ofensivos, se intentan mantener los modelos familiares clásicos y se reducen todos los elementos discursivos que pudieran sugerir un posicionamiento político comprometido.

Aunque *Snow White* no entraría en el reconocimiento oficial de la Academia, al menos esta se molestó en hacer una mención especial a lo que esta película aportaría a la industria de los largometrajes animados. Su contribución en el medio es tan decisiva que Paul Wells toma el hiperrealismo de las películas de Disney como el baremo crítico para la evaluación de cualquier producto de dibujos animados (1998: 21-28).

Ollie Johnston y Frank Thomas son los primeros animadores de Disney que definieron las claves del éxito de su compañía en *Disney Animation: The Illusion of Life* (1983). En este manual, los autores explican los doce principios básicos de la animación que tenían que tener en cuenta los creadores para definir el popular estilo estadounidense. Estos eran: (1) la capacidad de estirar y encoger a los personajes; (2) la anticipación o preparación del movimiento; (3) la importancia de la puesta en escena, (4) el uso apropiado de la acción directa y por posturas; y (5) la acción continuada y superpuesta; (6) la capacidad de ralentizar las acciones; (7) la inclusión de movimiento entre poses extremas y (8) acción secundaria; (9) una buena gestión del ritmo; (10) la



exageración caricaturesca; y (11) el diseño de unos protagonistas sólidos y (12) con personalidad y apariencia magnéticas. Como Disney fue la norma durante el amanecer de la época dorada de la animación estadounidense (la primera mitad del siglo XX), animadores de otros estudios no tenían inconveniente en copiar, en mayor o menor medida, estas estrategias, como garantía de éxito y calidad y para seguir avanzando en el medio.

En definitiva, la “filosofía Disney” (como diría Luca Raffaelli, 1997) en la animación se podría reducir a los siguientes tres parámetros: una estética agradable, un acusado sentimentalismo y la sensación de que desprende una ideología neutra, si no moral. No se puede negar que Walt Disney es la persona más influyente de la animación no sólo estadounidense, sino que también universal, gracias a las políticas de comercio global de la industria cinematográfica de Hollywood. Llegó a ejercer una influencia (todavía vigente) que transcendía sus películas animadas y se manifestaba en todos los productos derivados que generó su *Magic Kingdom*. Por eso no es de extrañar que prácticamente cualquier crítico de animación considere que todo dibujo animado (de cualquier contexto nacional) hecho a partir de mediados de la década de los 30 fuera una reafirmación de (o reacción a) la hegemonía de Disney en el género. No debemos olvidar que los contenidos de la animación Disney tienen su configuración en ideales estadounidenses como la doctrina del destino manifiesto o la creencia del sueño americano y la definición de un *American way of life*.

Vendiendo (en todas sus acepciones) estos valores, Disney ha conseguido enriquecerse y, al mismo tiempo, que “the pursuit of Happiness” esté al alcance de aquel ciudadano que consume sus productos. Tampoco debemos perder de vista que, a pesar del origen y distribución de sus productos, la animación de Disney, entendida como un género de autor, está especialmente haciéndose eco de las concepciones más subjetivas que un personaje histórico en particular tenía sobre la animación, el arte popular, el entretenimiento o la familia: Walter Elias Disney, un personaje que se ha convertido en un icono, no sólo para la animación universal, sino también para los orgullosos Estados Unidos de América.

## 2.4 Warner Bros. y su séquito

En cualquier caso, la fundación del *Magic Kingdom* no fue un camino de rosas. Cuando Disney se empezaba a hacer notar con sus dibujos animados de calidad en los años 30, los “veteranos” en la animación intentaban sobrevivir a la Gran Depresión ejerciendo una dura competencia. Fleischer había resurgido de la crisis reorganizando su estudio (Fleischer Studios) y creando exitosas series de cortos que recorrerían el mundo como *Betty Boop* (1932-1939) y *Popeye the Sailor* (1933-1942). Walter Lantz produjo numerosos cortometrajes de *Oswald the Lucky Rabbit* entre 1929 y 1938 (y uno conclusivo en 1943) cuando Universal Pictures le arrebató los derechos a Disney. Charles Mintz, un antiguo animador de los Disney Brothers’ Studio, resucitó los cortos de *Krazy Kat* (de los estudios de Bray) desde 1929 hasta que diez años después se endeuda con la distribuidora Columbia Pictures. Incluso Frederick Quimby escaló puestos en la industria de la animación, produciendo varios títulos para la Metro-Goldwyn-Mayer entre 1938 hasta 1940, antes de empezar a trabajar en los prototipos de Tom y Jerry con William Hanna y Joseph Barbera. No era difícil predecir qué animador triunfaría después la Gran Depresión, en una época en que el estilo de todos los cortometrajes animados estaba unificado por lo prematuro del medio, la formación común de sus creadores y la escasa oferta y demanda: el que diera con cambios más espectaculares, originales y solventes a sus producciones.

Realmente, cuando Disney da con la fórmula del éxito en los 30, no tiene mucho de que preocuparse: gana lo suficiente como para hacer avanzar el medio tecnológicamente, sus dibujos se ven alrededor del mundo y gana todas las candidaturas a Mejor Cortometraje de Animación de la década, incluso haciendo doblete en las nominaciones más de una vez. De las tres nominaciones de la primera entrega del Óscar al Mejor Corto de Animación, sólo una no es un título de Disney, sino de una discográfica y distribuidora de películas de imagen real que se estaba aventurando en los negocios de los dibujos animados: la Warner Bros.

No parecía que tuviera que suponer una amenaza a la hegemonía de Disney; de hecho, Warner Bros. es un nombre que apenas se vuelve a ver en las nominaciones de animación del resto de la década y tiene una producción de dibujos animados bastante errática y desconcertante, intentando definir paródicamente su propia identidad corporativa. Pero el peligro de la Warner Bros. no estribaba en que se añadió a la competencia de Disney a mediados de los años 30, sino en el revolucionario estilo que

estaba desarrollando para el medio y en la ideología de los nuevos animadores, que se formaron bajo unas políticas empresariales e ideológicas más laicas (aunque, ciertamente, la historia de la animación Warner Bros. se puede leer, más que como una reacción al imperio audiovisual de Disney, como una compleja interrelación de influencias estilísticas).

El “Steamboat Willie” de Disney fue un intento de hacer por la animación lo que la Warner Bros. ya había hecho por el cine de imagen real con *The Jazz Singer* (1927). El inversor Leon Schlesinger, que había financiado *The Jazz Singer*, vio el cortometraje conceptual “Bosko, the Talk-ink Kid” (1929), que estaban vendiendo Hugh Harman y Rudolph Ising para sobrevivir en Hollywood, y decidió firmar un contrato para producir dos seriales de dibujos animados a principios de 1930. La asociación Harman-Ising se forma entre las dinámicas de los estudios tempranos de Disney: primero trabajó para el Laugh-O-Gram en Kansas y luego colaboró con todos los proyectos del Disney Brothers’ Studio en Hollywood. De hecho, Harman-Ising fueron de los más perjudicados en la disputa entre Disney y Universal Pictures, pues se quedaron en la última produciendo unos pocos títulos de *Oswald, the Lucky Rabbit* con Winkler Studio, hasta que finalmente se asignó a Lantz para dirigir el serial, dejando en la calle al dúo de animadores.

Con “Bosko, the Talk-ink Kid”, el dúo Harman-Ising quería vender un concepto que trascendiera los avances que había conseguido Disney con “Steamboat Willie”. Y así debió de ser si el poderoso productor ejecutivo Schlesinger se fijó tanto en el piloto de Bosko como para que a la Warner Bros. le interesara abrir una sucursal de animación. En efecto, aunque “Steamboat” fuera el primer dibujo animado con sonido sincronizado, mayoritariamente onomatopeyas e interjecciones; “The Talk-ink Kid” prometía que sus personajes podrían mantener conversaciones –a estos dibujos se los conocieron como los parlanchines (“talkies”). Afortunadamente para Disney; “for Schlesinger, quantity was often at the expense of quality and even distinctiveness” (Walz 1998: 51), por lo que mantuvo los presupuestos de Harman-Ising muy bajos durante una gestión de *laissez-faire*. En estas condiciones, Harman-Ising apenas pudieron hacer grandes progresos con sus producciones, de las que tuvieron que reciclar mucho material, aunque gozaron de una amplia distribución por la Warner Bros, pero realmente no supusieron un desafío a la hegemonía Disney.



La Warner Bros. hacía sus primeros pinitos con la animación siguiendo la iniciativa de Walt Disney. La primera serie de cortos animados se tituló *Looney Tunes*, como una obvia derivación de las *Silly Symphonies* de Disney, y presentó las aventuras de Bosko durante tres años. Esta producción de Harman-Ising hereda mucho del estilo de Disney (Putterman 1998: 30-31), que a la vez es perpetuador del estilo de la animación de post-vodevil y pre-Hollywood: la primera entrega de los *Looney Tunes*,

“Sinkin’ in the Bathtub” [(1930),] finds the Mickey-knockoff Bosko (his Mickey-like falsetto supplied by Carmen Mawell) paired with a most Minnie Mouse-ish girlfriend called Honey (whose voice was Rochelle Hudson’s). Forever moving in time to the film’s music, the characters cavort through Disneyesque gags (a bathtub dances, a car prances, Honey steps from her window down to the ground on a series of bubbles) in a benign, carefree world that is rendered in the simplest graphic short-hand (Schneider 1988: 38).

Incluso la segunda serie de cortos, *Merrie Melodies*, que nació como una estrategia de la Warner Bros. para promocionar las canciones de su biblioteca, tuvo que adoptar más explícitamente el formato musical de las *Silly Symphonies* para adaptarse a las exigencias publicitarias (Maltin 1987: 226; Schneider 1988: 41; Putterman 1998: 30-31; Sartin 1998: 67-68; Barrier 1999: 160). El estilo de animación “manguera de goma”, el diseño ondulado de los personajes y la herencia del vodevil son características que la productora Harman-Ising mantiene por su formación en el medio bajo las órdenes de Disney y por no haber encontrado todavía una expresión personalizada. Como culminación de esta temprana reminiscencia estilística (casi paródica), resulta curiosa e ilustradora la primera nominación al Óscar al Mejor Cortometraje de Animación; en efecto, las dos cintas que no se llevaron el premio en 1932 estaban protagonizadas por ratones: una (“Mickey’s Orphan”) porque era un capítulo de Mickey Mouse y la otra porque era una *Merrie Melody* (“It’s Got Me Again!”) cuyos ratones bailarines protagonistas habían sido diseñados prácticamente igual que Mickey. Como Walt Disney había ganado un Óscar por la creación del personaje de Mickey Mouse, los demás creadores conscientemente imitaron su diseño (Walz 1998: 49, figuras 4 y 8).

**Figura 4.** Detalle del fotograma de presentación de la *Merrie Melody* “It’s Got Me Again” (1932). Los ratones protagonistas de este cortometraje presentan un acabado más anguloso que el de Mickey Mouse; este trazo acabaría definiendo la línea de desviación estética de la Warner Bros. respecto a Disney.



En 1933, Harman-Ising abandonaron la Warner Bros. y se fueron a producir cortos de Bosko en la MGM, indignados por las penosas condiciones salariales a las que Schlesinger los tenía sometidos. Schlesinger se encontró con una franquicia de animación sin personajes, por lo que decidió abrir su propia productora para Warner Bros. y reclutar a los artistas más reputados del medio (y algunos habían trabajado para Disney). Tom Palmer, Isadore “Friz” Freleng, Ben “Bugs” Hardaway y Fred “Tex” Avery fueron los nuevos directores de animación que durante unos años generaron una variada producción que intentó desarrollar una marca personal para Leon Schlesinger Productions.

La producción temprana de Schlesinger no conseguía despegar, pues el productor minimizó sus presupuestos y prefirió contratar animadores profesionales antes que mejorar sus instalaciones –por ejemplo, los *Looney Tunes* salieron en color con las técnicas más baratas a partir de 1934 y las *Merrie Melodies* no se hicieron en color hasta 1943 (Schneider 1988: 41-43). En esta producción temprana de Schlesinger se hicieron buenos cambios que definirían el particular estilo Warner Bros., pero sería solo la contratación del galardonado Charles Thorson en 1938 lo que “disneificó” (no sólo en sentido estético, sino también dinámico) los estudios, catapultándolos a la fama vertiginosamente.

De esta época datan los primeros intentos de crear un elenco de personajes recurrentes para los *Looney Tunes* que derivaría en (ya olvidadas) parodias de Disney. Cuando el diseño de los personajes se embelleció por influencia de Thorson<sup>7</sup> y sus actuaciones (y contenidos) adoptaron un tono más “descarado” (“in-yer-face”), los dibujos animados de Warner Bros. alcanzaron una fama que consiguió desbancar la monolítica producción de cortometrajes de Disney en los 40 y 50 (White 1998: 38-48; Walz 1998: 49-66). Otros distinguidos animadores y directores se unieron a los estudios, que la Warner adquirió completamente en 1944, ganándose también la reputación de haber revolucionado la visión global del medio: Bob Clampett, Ub Iwerks, Charles “Chuck” Jones o Frank Tashlin, entre otros, abanderados en la Termite Terrace (la calle de Hollywood donde estaban los estudios).

Mientras que Disney supo amortizar adecuadamente la sencillez estilística de la animación abaratada para crear un producto infantil rentable, la Warner Bros. fue la

---

<sup>7</sup> En esta época empezaron a aparecer los primeros diseños de inolvidables personajes conocidísimos como Porky Pig, Daffy Sheldon Duck, Bugs Bunny y Elmer J. Fudd, que protagonizaron la inmensa mayoría de los subsiguientes cortometrajes de los *Looney Tunes* y *Merrie Melodies*.

**Figura 5.** Varios fotogramas secuenciados de “Hare Trigger” (1945) que muestran como funciona la animación “emborronada”. Diseños borrosos de los personajes ocupan los fotogramas entre las poses extremas, dando así como resultado un movimiento más basto, agresivo y fluido.



primera en ofrecer unos dibujos animados que no se comportaban como su aspecto podría sugerir, rompiendo las expectativas para el género. Y lo que enseguida se incluyó en su animación como elemento diferenciador de la de Disney era la violencia (Raffaelli 1997: 121). Los personajes de la Warner Bros. no tienen ningún problema en dispararse entre ellos, caerse por un precipicio o estallar y desintegrarse en pedazos, situaciones que Disney jamás hubiera consentido animar. Esta violencia es derivativa de las persecuciones que pasaron a formar parte de la mayoría de los argumentos de los *Looney Tunes* y *Merrie Melodies* y que huían de los actos musicales, aventuras románticas, adaptaciones infantiles y documentales que predominaban en los cortos en Disney. Como consecuencia de una ligera corrupción lineal del diseño de los personajes “disneificados” y el uso de violencia, la animación “manguera de goma” deja de ser adecuada y, por tanto, la Warner Bros. empieza a mezclar y perfeccionar los estilos de “estirar y aplastar” (“stretch and squash”) y “emborronar” (“smear”, véase figura 5).

Esto deriva en una animación con un ritmo frenético, posturas corporales extremas, leyes físicas sin sentido a las órdenes de la comedia y personajes cínicos pero carismáticos (Maltin 1987: 234), lo que se convierte en la marca comercial de los *Looney Tunes* y *Merrie Melodies*. Pero el hecho de partir de una estética reminiscente de la de Disney y luego plantear contenidos irreverentes seguía apoyando la visión de que “the cartoon operates as a potentially non-regulatory or subversive space by virtue of its very artifice, and the assumed innocence that goes with it. Animation always has the excuse that it’s just ‘ink and paint’” (Wells 2003: 16). Así, la violencia queda desautorizada por su representación plástica posmoderna y los padres ven una forma de entretenimiento limpia para sus hijos. Pero con los dibujos de la Warner Bros., los

adultos estaban disfrutando de toda una serie de referencias que no parecían haber sido incluidas específicamente para los niños.

Sátiras culturales y sociales, caricaturas de políticos, parodias de las modas populares o propagandismo militar y patriótico eran elementos que aparecían esporádicamente en los cortos animados de la Warner Bros. y que debían apelar a una audiencia más adulta. El liberalismo que imperaba en los estudios Warner Bros. provocó que sus directivos no se preocuparan de si sus dibujos animados eran o no “políticamente correctos” (Crafton 1998: 101-120). Mientras Disney sólo se topó con la censura cuando la crítica sobreinterpretaba su obra, las regulaciones de contenidos de Hollywood (Kanfer 1997: 74) sancionaron numerosos cortometrajes de la Warner Bros. (especialmente cuando fueron adaptados para su emisión en televisión, véase 4.3) por contener material ofensivo contra los negros, los judíos, los amerindios y los mejicanos (Cohen 1997: 49-75). El habla de los personajes pasa de inocentes tartamudeos y defectos vocales (Porky y Elmer, respectivamente) a estereotipados acentos del Bronx o dialectos rurales (Bugs Bunny y Yosemite Sam, respectivamente). Ciertamente, todos estos contenidos demandaban a la audiencia tal capacidad de decodificación cultural y tolerancia a lo ofensivo que propusieron una variación del género de la animación más comprensible y llamativa para un espectador adulto (Sandler 1998: 13-14). E, innegablemente, la actitud despreocupada, negligente y desafiante que Warner Bros. mantuvo con la animación es la que originaría, unas décadas más tarde, lo que hoy se conoce como animación transgresora, la que definitivamente no está para nada dirigida a un público infantil y se resiste a ser considerada artística en algún sentido.

La calidad e influencia de las producciones animadas de Warner Bros. se notó más allá de las puertas de sus estudios. Friz Freleng en 1957 había ganado cuatro premios Óscar, dándole la reputación que se merecía el nuevo estilo de animación Warner Bros. Irónicamente, fue la Metro-Goldwyn-Mayer la que precisamente se benefició más de la revolución que la Warner Bros. había empezado en la animación. Por ejemplo, Harman-Ising intentó abrir dinámicas de producción de animación que copiaran los formatos de las *Silly Symphonies* y *Merrie Melodies*; las *Happy Harmonies* (hasta 1937). Y el interés de Hanna y Barbera por las fórmulas de persecución derivó en la creación de los cortos de *Tom and Jerry* (1940-1958), que serían los principales dibujos animados que robarían muchos premios Óscar a Disney en la década de los 40. Incluso la impronta de la MGM se acercó a la rebeldía de la Warner Bros. cuando

animadores como Tex Avery y Chuck Jones trabajaron para ella (cuando menos, es emblemática la creación del personaje Droopy en 1943 por Avery para la MGM). Otros animadores, salidos de la Warner Bros., se repartieron por estudios menores que se hicieron notar como una moderada competencia a Disney: Hardaway se unió a Lantz para colaborar en los cortos de *Woody Woodpecker* (1941-1949); Tom Palmer trabajó en la mediocre competencia que Fleischer ofreció a los largometrajes animados de Disney, *Gulliver's Travels* (1939), y Bob Clampett redirige el interés de la animación hacia la televisión a principios de los 50. La mecha de la Warner Bros. había hecho estallar una irreverente resistencia a la norma que Disney había establecido en la producción animada de calidad.

Aunque Disney estuvo informado de lo que ocurría en el mundo de la animación “políticamente incorrecta” con la fluctuación de animadores como Iwerks y Tashlin, fue él mismo quien se generó su más resentida competencia. La huelga de los animadores de Disney en 1941, como resultado de conflictos salariales y restricciones creativas en la compañía, provocó una desertión masiva de empleados que continuaron su labor en la animación en unos estudios más independientes conocidos como la United Productions of America (UPA). Los artistas de la UPA eran animadores frustrados de corte vanguardista a quienes se les había coartado creativamente en los estudios de Disney (véase en 2.3 el caso de “Toot, Whistle, Plunk and Boom”). El esfuerzo que hizo la UPA para destacar entre la norma hiperrealista de Disney y el delirio estético de Warner Bros. (más su precariedad económica), llevó a crear un tipo de animación que se convertiría en la norma visual en las primeras emisiones de animación en las pantallas televisivas estadounidenses (Maltin 1987: 323-342; Kanfer 1997: 168-172; Barrier 1999: 516-517).

Los creadores de la UPA experimentaron concienzudamente en el diseño de los personajes, la perspectiva y el tono de sus dibujos animados, llegando a producir títulos que serían reconocidos por la Academia –“Gerald McBoing-Boing” (1950), “When Magoo Flew” (1954) y “Magoo’s Puddle Jumper” (1956). Pero si en algún otro sentido la creación de la UPA ha sido importante en la historia de los dibujos animados, ha sido por su establecimiento en la televisión y por la producción de “animación limitada” (“limited animation”), como veremos en la sección 4.3 Disney no se sintió amenazado por esta industria casi independiente y que llegó hasta crear dos largometrajes animados: *1001 Arabian Nights* (1959) y *Gay Purr-ee* (1962), pues las ganancias que el

magnate obtenía le permitían poder seguir fiel a su estilo, a su audiencia y a su propósito moralizador, sin especializarse demasiado en la producción abaratada de la animación (lo que presupone cierta pérdida de calidad).

La trayectoria de la UPA apunta al cambio que las empresas de animación se debían adaptar si no querían naufragar en plena explosión tecnológica de los medios de comunicación de masas. Ciertamente, la era de la televisión, a partir de la mitad del siglo XX, acabó en muchos sentidos con la época dorada de la animación de Estados Unidos. Muchas empresas de animación empiezan a ver una salida más rentable en la animación para la televisión y abandonan las salas de cine, especialmente cuando se permite la llegada de la competencia extranjera. Así, se reduce drásticamente la producción de cortos para proyectar antes de las películas del cine (especialmente a partir de los 60) y muchos estudios de animación entran en bancarrota o cierran (Warner Bros. entre los primeros). Así, Disney se siente ganador en los dibujos animados para el cine: cuando los estudios de animación abandonan los cortometrajes, los únicos dibujos animados de calidad que se proyectan en el cine son los largometrajes de Disney. Es verdad que en las décadas de los 60, 70 y 80 la animación extranjera e independiente se dejó notar en los cines de los Estados Unidos, pero Disney ya se había fijado en la audiencia más poderosa: la familiar, proporcionándole toda una serie de productos culturales y de entretenimiento que van más allá del poder que ejerce simplemente con un medio artístico narrativo. Y una audiencia no sólo perteneciente a Estados Unidos, sino también al resto del mundo, facilitada por las dinámicas de distribución de productos culturales mediante la globalización.

## 2.5 Y Europa, por extensión

Prácticamente, se puede afirmar que el origen de la animación universal se encuentra en suelo estadounidense. Que mucha de la animación influyente en todo el mundo provenga de los Estados Unidos es una consecuencia directa de la globalización, el interés económico de Hollywood en ella y de que la misma animación perteneciera a las producciones comerciales de Hollywood. Es cierto que podemos hablar de Francia como de la primera competencia que le salió a la industria cinematográfica norteamericana (Feigenbaum 2007: 377). Pero en un período de cambio de poderes, la primera potencia económica mundial adquirió también la hegemonía en este nuevo campo artístico.



Aunque muchas producciones de cine de imagen real francesas mudas se proyectarían en los *nickelodeones* estadounidenses en las primeras décadas del siglo XX, pronto las cintas estadounidenses circularían por todo el mundo debido a la distribución global que ofrecían las infraestructuras empresariales de Hollywood. En este período temprano, hay que tener en cuenta la nueva audiencia que configura este tipo de entretenimiento emergente y el impacto sociocultural que acarrea en cada contexto nacional. En efecto, en muchos contextos, el cine transforma o bifurca la tradición teatral (o equivalentes o derivados), que, según la época, se destina a un tipo de audiencias u otras –generalmente, aunque no por norma, a la clase media. Lo que está claro es que, en cualquier comunidad del mundo, el cine es una actividad cosmopolita que se consolida por una audiencia familiar y que se va volviendo elitista y especializada cuando la Academia del cine comercial de Hollywood decide dignificarlo con la entrega anual de los premios Óscar. Hay que tener en cuenta que, al principio, como el medio era mudo, también facilitaba la distribución a casi cualquier comunidad del mundo que había desarrollado un espacio cultural equivalente al de los cines. Y sobra decir que las proyecciones subtitradas en inglés podían ser consumidas en las naciones angloparlantes, que en la primera mitad del siglo XX no eran pocas (de aquí el temprano éxito de *Felix the Cat*).

No olvidemos que el entendimiento de la animación como un fenómeno universal se forma desde las tempranas distribuciones globales del cine. Aunque Francia aguanta las primeras décadas del siglo XX produciendo interesantes títulos en la animación (que, como veremos en el capítulo 3, tendrán más influencia en Japón), la disponibilidad de la animación fuera de los Estados Unidos queda ligada al formato de los paquetes audiovisuales que cada distribuidora ofrecía (Universal, Columbia, Disney, Warner, etc.). Y, al final de esta cadena, están los propietarios de las salas de cine del resto del mundo, que adquirirán, o no, dibujos animados dependiendo de la demanda y gusto de cada comunidad (por no hablar sobre las regulaciones de contenidos en los cines que propusieron algunos gobiernos europeos para promocionar la industria local). Por tanto, fuera de Estados Unidos, la animación sigue ocupando la misma posición marginal dentro del ritual de “ir al cine” que la ha confinado al consumo infantil en su país de origen. Dentro de este ritual, la animación está en un breve y colorido espacio apropiado para los niños y, si las autoridades de cada nación no han hecho nada para

evitarlo (como en Japón), la concepción de la animación queda sujeta a los mismos parámetros críticos que en Estados Unidos.

Tampoco olvidemos que en la primera mitad del siglo XX, los medios de distribución de audiovisuales eran muchísimo más lentos que ahora y algunos países no habían adoptado los métodos técnicos para su doblaje o adaptación a su idioma (por no mencionar los muchísimos países con menos recursos que no han tenido la ocasión de generar este medio artístico, cultural y de entretenimiento). Algunas de las modas populares de la época originadas en los Estados Unidos se reproducían anacrónicamente en otros lugares del mundo cuando los productos que habían generado se hacían aptos para su comercialización gracias a la globalización y así el movimiento subcultural se daba a conocer. Sería desmesurado afirmar que naciones como Gran Bretaña, Checoslovaquia, Argentina, Australia e, incluso, Europa del Este no produjeron ningún título para la animación en el cine siguiendo la iniciativa estadounidense pero, como ya he mencionado anteriormente, estos países no consiguen consolidar una industria firme para los dibujos animados y apenas podemos hablar de que los intereses sociales, históricos y culturales de estas otras comunidades occidentales influyeran en el constructo global de los dibujos animados. Por eso no se puede afirmar que la animación no estadounidense de la primera mitad del siglo XX haya sido especialmente influyente en un contexto previo a Hollywood y la globalización. En cambio, la industria de cine animado de Japón sí que pudo influir en la concepción mundial, gracias a una perfecta adaptación al avance tecnológico y una conveniente alianza comercial que ha mantenido con Estados Unidos que le ha servido de trampolín para proyectarse al resto del mundo, como veremos en el siguiente capítulo.



## Capítulo 3. El papel del arte popular japonés en la animación occidental

Having solved the problem of language, animation, with its broad appeal, has in fact become Japan's supreme goodwill ambassador, not just in the West but in the Middle East and Africa, in South America, in Southeast Asia, and even in China. The entry port is almost always TV. In France the children love watching *Goldorak*. *Doraemon* is a huge hit in Southeast Asia and Hong Kong. Chinese youngsters all sing the theme to *Astro Boy*.

—Osamu Tezuka

### 3.1 Introducción

Este capítulo ofrece una visión selectiva de los eventos más importantes que han conformado la historia de la animación en Japón, antes y después de ser distribuida al resto del mundo por efectos de la globalización. Al igual que debemos tratar los Estados Unidos como la potencia central productora de animación en occidente, Japón lo fue en oriente, aunque su influencia se quedó en un ámbito muy reducido durante los primeros años. Incluso se podría argumentar, aunque resulte de alguna manera forzado, que China le supuso una competencia a Japón parecida a la que Francia ofrecía a los Estados Unidos en Europa, hasta que la Revolución Cultural liderada por Mao Zedong paró la producción de animación china hasta los años 80. El avance tecnológico de otras potencias orientales como Corea, Tailandia e India tampoco se puede ignorar históricamente (aunque su producción de dibujos animados se da relativamente tarde), pero al igual que el resto de América y Europa, no causó un impacto decisivo en la conceptualización del medio animado. Queda, pues, justificado nuestro interés focalizado en la producción nipona en este capítulo.

De todos modos, debemos tener en cuenta el peligro que supone hablar de oriente desde un posicionamiento ideológico y discursivo occidental, como el nuestro. El académico Toshiya Ueno percibe que, cuando los investigadores occidentales se dedican a hablar de oriente, sin haber siquiera visitado o vivido en los países de la zona, las descripciones que se hacen de allí se traducen en una fantaseada imaginaria de esta cultura (1999: 98), construida por las narrativas (principalmente audiovisuales) que provienen de ahí y que se han decodificado y procesado siguiendo los patrones

imaginativos y de conducta del oeste. Para evitar caer en estas generalizaciones inapropiadas, este capítulo usará referencias bibliográficas de personalidades académicas reconocidamente solventes como para proyectar a occidente una visión crítica de la realidad sociocultural de Japón.

Es de sobra conocido que las actitudes japonesas hacia las artes, la política, las relaciones interpersonales o la vida en general, por poner algunos ejemplos, no tienen prácticamente nada que ver con las occidentales, configurando así un etos oriental difícilmente descifrable para el lector occidental que desconoce este contexto cultural. El periodista Andrés S. Braun distingue dos polos cardinales que conforman el etos nipón: el *tatema*, “los pensamientos que se expresan en público y que no deben ofender a los demás”, y el *honne*, “lo que se piensa de verdad, y que sólo se emplea con gente muy cercana” (2011; véase también Kelts 2007: 24; Cooper-Chen 2010: 176, 178). En este sentido, el conjunto de rasgos y modos de comportamiento japoneses se construye desde la proyección de una apariencia externa que va a priorizar el decoro, de acuerdo con las costumbres y convenciones de su país en particular. Por lo tanto, el *tatema* japonés va a definir notablemente el trato que oriente le ha dado a formas culturales o artísticas populares que luego trascenderán al resto del mundo.

Teniendo en cuenta esta especial configuración sociocultural, este capítulo profundizará en la historia de las dos “artes populares” que definieron los dibujos animados orientales que luego influirían en el resto del mundo. A diferencia de Estados Unidos y Francia, la historia de la animación japonesa está tan íntimamente ligada a la de las tiras cómicas que no la podremos ignorar. Así, en un primer apartado apoyado bibliográficamente en el emblemático e ilustrativo trabajo de Frederik L. Schodt (1987) (Leonard 2004: 10), se relatará el nacimiento y desarrollo de la caricatura y cómic japoneses, como excusa para recordar los eventos históricos más decisivos a la hora de confeccionar arte popular en el siglo XX. Los años 50 servirán para cambiar el enfoque local a uno más global de la historia relatada en los dos siguientes apartados, ya que a partir de esa fecha en Japón tiene lugar el matrimonio definitivo entre cómic y animación, el país introduce progresivamente la televisión en los hogares y se integra en el entramado de la globalización. Así veremos cómo se intenta redefinir globalmente el género de la animación partiendo de tensiones orientalistas.

### 3.2 Imágenes cómicas en Japón

Los historiadores orientales encuentran difícil considerar cuándo se empezó a desarrollar el gusto por las caricaturas en oriente y, como suele ocurrir, sólo podremos acudir a los documentos más antiguos que hayan sobrevivido hasta nuestros días que demuestren su génesis. Curiosamente, en el Japón de los siglos VI y VII a.C. encontramos las primeras manifestaciones de dibujos caricaturescos. Parece ser que escribas y obreros utilizaron su tiempo de ocio para realizar grabados burlescos en las partes más disimuladas de los paneles que componían los techos y paredes de los edificios más sacros, en respuesta a la imposición ideológica y religiosa que China ejerció en ese período sobre el país del sol naciente (Schodt 1997: 28). Aunque esta práctica popular no parece haber calado en la confección artística del *mainstream* nipón, al menos empieza a esbozar la línea en que se dirigirá la parodia pictórica: la exageración de partes del cuerpo, el uso de un trazo más sencillo o la humanización de los animales.

Es a principios del siglo XII cuando aparecen rollos y pergaminos oficiales con contenido cómico que han sobrevivido hasta nuestros días. Al monje Toba se le atribuye el primer pergamino, el *Chōjūgiga* (*El rollo de animales*), en el que animales antropomórficos se burlan de las prácticas budistas importadas de China (figura 6). Apenas había algo de texto en ellos, las imágenes no estaban secuenciadas ni divididas en viñetas y el uso de un dibujo sencillo y simbólico facilitaba su comprensión. Los contenidos satíricos de estos rollos reflejaban tanto los gustos de las clases altas (que tenían acceso a este tipo de literatura) y la realidad socio-histórica de los siglos XII al XIV. Los títulos que encontramos en este período, *Jigoku Zōshi* (*Rollos infernales*), *Gaki Zōshi* (*Rollos de fantasmas hambrientos*) o *Yamai Zōshi* (*Rollos sobre*



**Figura 6.** Fragmento del primer rollo *Chōjūgiga* que muestra varios animales rezando en hábitos de monjes, leyendo sutras y haciendo ofrendas a la figura de una rana, que representa a un Buda.

*enfermedades*), tratan la guerra, la superstición y el sufrimiento de la época (respectivamente), se burlan de la estupidez humana y evocan temas más delicados de forma grosera, como la necrofagia, coprofagia o las epidemias, sin perder el trazo sencillo, el estilo caricaturesco y el tono irreverente.

Como en la Europa medieval, muchos de estos pergaminos fueron confeccionados por y para consumidores religiosos, aristocráticos y guerreros. Irónicamente, aunque este arte era de carácter secular, fue el mismo budismo el que promocionó este tipo de creaciones grotescas, burlescas e irreverentes para la estimulación espiritual del religioso. Estas se conocieron como *Zenga* (imágenes Zen) y abogan por la máxima expresión economizando la línea, usando un trazo sencillo, y la monocromía, características que el cómic japonés actual ha heredado. Pero el *Zenga* tenía excesivamente restringida su audiencia y la plebe también exigía algún tipo de arte que les pudiera entretener. Por esto, a mitad del siglo XVII hubo una explosión de *Ōtsu-e*, imágenes *Ōtsu*, al principio como unos amuletos budistas con pequeñas piezas morales y religiosas en color, que después pasaron a ser estampas en papiros que invadieron prácticamente cualquier rincón de la vida doméstica gracias a la invención de una primitiva imprenta de bloques de madera (Schodt 1997: 32).

El historiador John Whitney Hall (1973) explica que el período entre 1540 y 1640, en la historia japonesa, se conoce como el “siglo cristiano”, debido al contacto que mantuvieron los colonos europeos (especialmente los portugueses, españoles y holandeses) con el lejano oriente. Al principio de esta época, cuando la curiosidad oriental por lo occidental no parecía conllevar grandes riesgos, el comercio con Europa permitió al país nipón una revigorización de su economía nacional y un reforzamiento marcial, pero las acciones misioneras de los cristianos en Japón se vieron como una amenaza a su cultura endémica y como los precedentes de una posible invasión militar. Así, los mandatarios japoneses fuerzan una suspensión comercial con el resto del mundo (a excepción de China y algunos mercaderes holandeses) y persiguen a los conversos cristianos hasta la muerte en una época que se conoce como período Edo (1600-1867). Este aislamiento derivó en un régimen muy reaccionario, que quería recuperar el espíritu de Japón definiendo y congelando un rígido sistema de clases tradicional (Hall 1973: 123-128).

Aunque esta dictadura feudal contribuyó a una unificación militar del país y una prosperidad económica contenida, el arte se vio coartado. Mientras que el *Ōtsu-e* nace

como un refuerzo a la religión budista, los *ukiyo-e* (ilustraciones del mundo flotante), de la época Edo, tienen un carácter mucho más funcional y comercial. De origen popular y con calidad creciente en el tiempo, los *ukiyo-e* son impresiones xilográficas crudas y monocromáticas que muestran los placeres, pasatiempos y creencias de la época. Como expone Schodt, “without dwelling on anatomy and perspective, [*ukiyo-e*] tried to capture a mood, an essence, and an impression –something also vital to caricature and cartooning”. Y añade que “[m]asters of the genre regularly infused their works with humor, experimented with deformation of line, and dabbled in the fantastic, the macabre, and the erotic” (1997: 34, 35). El artista Hokusai Katsushika es el primero en acuñar el término *manga* (imágenes cómicas)<sup>8</sup> a finales del siglo XVIII, aunque el *shunga* (imágenes de primavera), de carácter pornográfico, tuvo mucha más acogida popular como subgénero de los *ukiyo-e*. Los *ukiyo-e* se recogían frecuentemente en antologías y también pasaron a decorar los paquetes de té que se exportaron (con la apertura comercial de Japón), generando y ejerciendo una gran admiración e influencia en los artistas impresionistas europeos y norteamericanos.

El último desarrollo endémico hacia una posible forma de cómic que se dio en Japón fue a partir del siglo XVIII, cuando empezaron a aparecer libretos que recogían caricaturas que intentaban desarrollar pequeñas historias a través de sus páginas. Estos eran los *toba-e* (imitando el estilo del legendario monje que popularizó la caricatura en Japón), que contenían historietas (una ilustración por cada dos páginas) sobre las travesuras de unos hombres en las reconocibles ciudades de Kioto, Osaka y Edo (Tokio). Algunos *toba-e* incluían texto, explicando fábulas con moraleja, y, debido a que eran en blanco y negro, tuvieron más acogida entre un público infantil, que los trató como libros de ilustraciones para colorear. De los *toba-e* derivan los *kibyōshi* (cubierta amarilla), que siguen el formato de los anteriores, pero su contenido, igualmente humorístico, se centra más en la instrucción en la vida campestre y la sátira política, lo que desembocó en un consumo más adulto.

El tratado de Kanagawa (1854) puso fin al aislamiento de Japón y supuso un contacto ininterrumpido con las culturas angloparlantes y europeas, la modernización e industrialización de sus ciudades y un abandono de las antiguas formas artísticas. Pero el espíritu transgresor de los ilustradores tradicionales seguiría inspirando e influyendo a

---

<sup>8</sup> Término que pasaría a definir la tira cómica en Japón y como se conoce internacionalmente esta expresión artística cuando es confeccionada en suelo nipón. De aquí en adelante, usaré el término “manga” para referirme específicamente a los cómics, tiras cómicas o historietas producidas en Japón.

los caricaturistas en la manera de confeccionar cómics en los años venideros (Schodt 1997: 37). Es al corresponsal británico del *Illustrated London News*, Charles Wirgman, a quien debemos la introducción del estilo de la viñeta europea en la cultura japonesa. En 1862 publicó en Japón una revista humorística al estilo británico, llamada *The Japan Punch*.<sup>9</sup> En ella, Wirgman dibujaba viñetas de una naturaleza más crítica sobre Japón, satirizando sobre el cierre comercial y la fascinación que creó entre la sociedad nipona la introducción de las nuevas tecnologías. Esto supuso un nuevo estilo de humor para los japoneses y el referente absoluto para la caricatura moderna nipona, hasta tal punto que, hoy en día, se hacen ceremonias anuales frente la tumba de Wirgman en Yokohama.

Por otro lado, el profesor francés George Bigot también publicó una revista cómica, *Tôbaé* (1887), con gran acogida popular, pero sus caricaturas, que satirizaban sobre la sociedad y gobierno japoneses, le ocasionaron constantes problemas con las autoridades del país. Los japoneses deben a Wirgman y Bigot la introducción de globos para los diálogos y la secuenciación en viñetas de las imágenes para crear un patrón narrativo. Además, la introducción de la imprenta europea facilitó sustancialmente la creación de copias y distribución de estas tiras cómicas.

Siguiendo la estela de estos caricaturistas occidentales, muchos japoneses empezaron a publicar sus propias revistas con sus propias historietas. Aunque inicialmente imitaban el modelo europeo, la influencia pronto cambió por la norteamericana. Aparecieron así revistas como *Marumaru Chimbun* (1877), *Tokyo Puck* (1905), *Shōnen Club* (1914) o *Shōjo Club* (1917), dedicadas al desarrollo de historietas, y periódicos como el *Jijishimpō*, *Asashi* o *Hōchi* tenían espacios dedicados a las tiras cómicas. De este periodo sobresalen nombres emblemáticos en el desarrollo temprano del manga como Kinkichirō Honda, Rakuten Kitazawa, Katsuichi Kabashima, Shigeo Miyao o Ippei Okamoto. Muchos de estos autores, que luchaban por encontrar una expresión autóctona en el cómic, crearon seriales que luego se recogerían en antologías y suponen el precedente más antiguo de la distribución actual del manga en Japón (véase en la próxima sección la distribución del manga en revistas de papel de pulpa,

---

<sup>9</sup> Basada en la revista semanal británica *Punch, or the London Charivari*, publicada entre 1841 y 1992 y después en una breve resurrección entre 1996 y 2002. El *Punch* inglés recogía caricaturas satíricas de los políticos y famosos de la época que desarrollaron en Europa el concepto de “cartoon” como tiras cómicas.



semejantes a las revistas *pulp* –“pulp magazines” o simplemente *pulps*– occidentales,<sup>10</sup> y su recopilación en *tankōbon*).

El período de entreguerras en Japón supuso una politización radical del arte y muchos de estos artistas posicionados fueron perseguidos por las autoridades locales. Así, muchos caricaturistas tuvieron que orientar sus esfuerzos creativos hacia lo infantil o lo *ero-guro-nansensu* (del inglés “ero-tic”, “gro-tesque” y “nonsens-ical”). Cierta maduración se dio en estos campos, especialmente en los cómics infantiles que iban creciendo ambiciosamente. De esta tradición sobresalen clásicos en color como *Norakuro* de Suihō Tagawa, *Bōken Dankichi* de Keizō Shimada y *Kasei Tanken* de Tarō Asahi y Noboru Ōshiro. El último es un ejemplo temprano de la ciencia ficción japonesa que luego se popularizaría al resto del mundo, aunque su ritmo era lento y su argumento poco original. Cabe destacar que estas obras se diferenciaban de las occidentales en que sus recopilaciones daban lugar a libretos mucho más gruesos que los tebeos norteamericanos, por ejemplo.

Pero la Segunda Guerra Mundial supuso un paréntesis en el desarrollo de la caricatura entre 1937 y 1945. Casi unánimemente, todos los esfuerzos creativos de los caricaturistas nipones fueron orientados a la causa japonesa. La escasez de papel obligó a muchas revistas a echar el cierre y *Manga*, editada por Hidezō Kondō, fue la única revista mensual dedicada a las historietas durante el conflicto internacional en Japón. Las organizaciones de dibujantes se vieron obligadas a converger en una sola entidad: *Shin Nippon Mangaka Kyōkai* (la nueva asociación de caricaturistas de Japón). Así, el control sobre los contenidos de los cómics era devastador: las historietas que se quedaban en el ámbito doméstico versaban sobre cómo sobrellevar la guerra en el país y promover la solidaridad nacional, mientras que las que salían de Japón intentaban desmoralizar a las tropas aliadas. Destacan de este período las obras de Fusato Hirai (*Omoitsuki Fujin*), Ichio Matsushita (*Suishin Oyaji*) y Ryūichi Yokoyama (*Fuku-chan*).

La capitulación de Japón precipitó el advenimiento del manga moderno. Japón pronto se recuperó de la escasez de papel y nuevas revistas *pulp* llegaron al mercado (*Van* y *Kumanbachi*) y otras infantiles resucitaron (*Shōnen Club*). Primero proliferaron las historietas que se centraban en la ocupación de los aliados en Japón, siendo de especial popularidad *Sazae-san* de Machiko Hasegawa. Luego se despertó un interés por

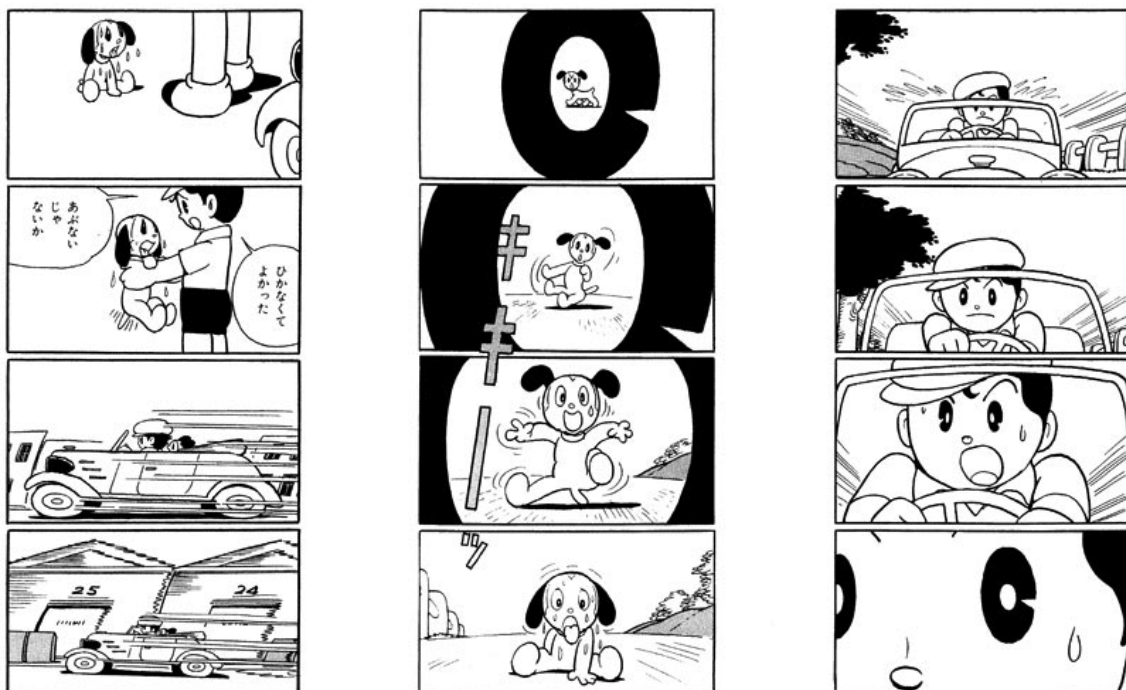
---

<sup>10</sup> Fenómeno equivalente en el cómic al de las revistas *pulp* de ámbito anglófono que, durante la primera mitad del siglo XX, sustentaron géneros literarios populares como la fantasía, la ciencia ficción, el western, el relato criminal, el terror o las aventuras.

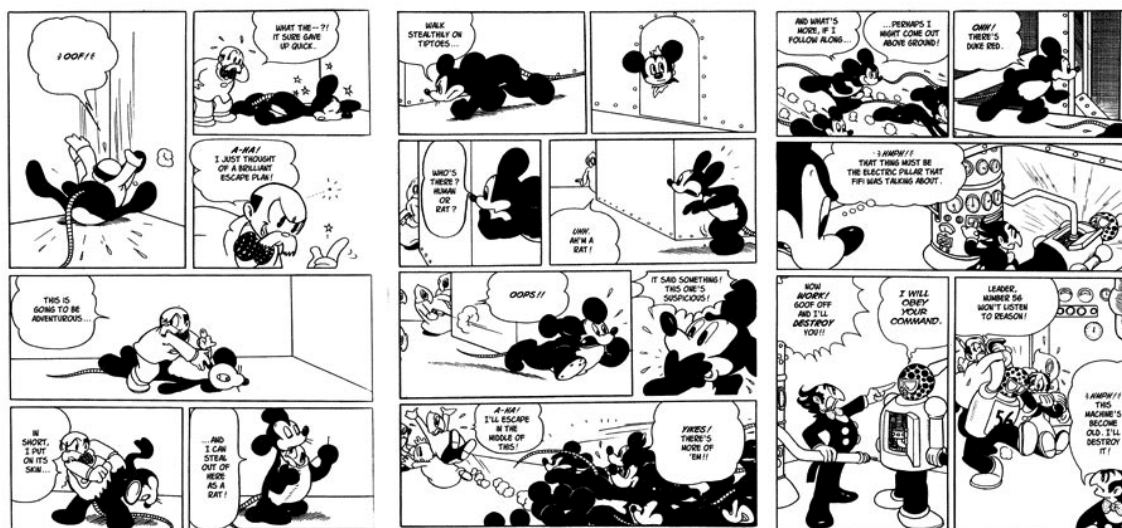


la ciencia ficción en el cómic, como una manera de olvidar el pasado inmediato y sublimar su impotencia ante los bombardeos atómicos que los japoneses recibieron durante el conflicto. Japón era un país prácticamente sumido en la ruina después de la Segunda Guerra Mundial y poca gente se podía permitir el lujo de comprar revistas y suplementos periódicos en los que se difundían estas historietas. Hasta la introducción de la televisión en Japón en 1953, los jóvenes que buscaban entretenimiento barato lo encontraron también en los *kami-shibai* (teatro de papel). Estos teatrillos de barrio consistían en la narración de una historia a través de las ilustraciones que hacían a mano unos artistas ambulantes por poco dinero.

Pero la industria del cómic empezó a proliferar. Las encuadernaciones en tapa blanda permitían el acceso a los mangas a un mayor sector de la población nipona. La ciudad de Osaka se convirtió en un centro de poder de este medio, dando una libertad artística sin precedentes a sus autores empleados, aunque sus sueldos eran insignificantes. A esta política debemos el surgimiento de la figura de Osamu Tezuka en 1947, que ciertamente revolucionó el concepto de manga. Sus historietas ocupaban muchísimas páginas, su estilo era cinematográfico y sus argumentos adquirieron un carácter más universal apto para la distribución en el resto del mundo (figura 7). En este



**Figura 7.** Secuencias como estas sorprendieron a los lectores de todo Japón. En *New Treasure Island* (1946) Tezuka no dudó en utilizar numerosas páginas y viñetas para obtener efectos cinematográficos. Esto se traduciría en una ventaja a la hora de adaptar a la animación estas historietas.



**Figura 8.** En *Metropolis* (1949), Tezuka incluyó unos ratones gigantes cuyo diseño era idéntico al de Mickey Mouse de Disney. El estilo occidental no sólo se dejó ver en la obra de los mangakas en estas copias del diseño Disney; los diseños de sus personajes humanos heredaban características de la estética amable de dibujos animados: nótese los ojos grandes y las líneas curvas de estos personajes.

punto es donde la historia del manga y el anime se encuentran, pues, viendo la obra temprana de Tezuka (*Shintakarajima*, *Jungle Taitei* o *Tetsuwan Atomu*), no se puede negar la influencia que los dibujos animados occidentales de Disney y Fleisher ejercieron en su estilo tanto artístico como narrativo. Además, Osamu Tezuka luchó por convertirse en un Walt Disney japonés (figura 8).

Muchos mangakas (dibujantes de manga) que surgen a partir de esta época encuentran trabajo rápidamente en los estudios de animación para adaptar sus historietas. Y prácticamente toda la animación que surge a partir de los años 50 en y para Japón encuentra normalmente su inspiración en algún manga. Es cierto que en occidente también podemos hablar de que los primeros animadores habían pertenecido al mundo de las tiras cómicas (Cohl, Alexandre Alexeief, McCay), pero el último medio no sirvió más que para inspirar sus personajes y técnicas narrativas (cuando la animación era muda). En cambio, en Japón, el manga roba primero las técnicas narrativas del cine y luego se beneficia enormemente en su adaptación animada. De aquí hasta nuestros días, por su posición en el complejo industrial del que forman parte, los títulos de manga que puedan sobresalir en el medio también se han dado a conocer mundialmente en la animación. De este modo, la animación hereda gran parte de la audiencia (y su fragmentación) que las caricaturas habían ido adquiriendo, diciendo mucho de la relación entre artista y consumidor que genera este medio fusionado, como veremos más adelante.

### 3.3 La animación de las imágenes cómicas

Aunque la época Edo supuso una notable ralentización en el desarrollo tecnológico de Japón, a partir de 1800 podemos encontrar los *utsushi-e* (imágenes proyectadas) en los teatros kabuki, como una nueva forma de entretenimiento visual. Dibujos pintados sobre cristales eran proyectados sobre una pantalla con la luz de una lámpara y los movimientos y efectos de las imágenes dependían de la manipulación directa del aparato. A Japón le habría costado desarrollar la tecnología para crear algo parecido al cine en plena época Edo pero, al menos, un precedente autóctono de la animación tiene lugar en un espacio dedicado a las artes canónicas, al igual que en occidente, pues los vodeviles y *nickelodeones*, por no decir las mismas salas de cine, son claros derivados del teatro.

Como ya hemos avanzado, la introducción en Japón de la animación tradicional viene de mano del europeo Emile Cohl. A partir de 1909 se empiezan a proyectar los cortos animados de Cohl (“Fantasmagorie” y los seriales *Dekobō shingachō* y *Zigomar*) en espacios de consumo artístico tan canónicos como el Teikokukan (Teatro Imperial) de Asuka por la compañía Fukuhōdō. Las audiencias de estos teatros, entre ellos el crítico Hironari Terasaki, quedaron fascinados con este nuevo tipo de arte visual: los dibujos se metamorfoseaban oníricamente en diferentes formas, sin seguir una trama en concreto. Como eran mudos, no suponía un gran esfuerzo el seguimiento de estos primitivos dibujos animados. Pero donde los japoneses vieron un gran potencial artístico en la animación fue en el diseño sencillo y caricaturesco, que casaba con el de los personajes de sus tiras cómicas, creando la esperanza de que algún día los podrían ver moverse (como había pasado en Europa con el ladrón de guante blanco *Zigomar* o en Estados Unidos con el fantasioso *Little Nemo*).

Estimulados por la modernización del gobierno y la bonanza económica de principios del siglo XX, se aceleró la introducción de toda la parafernalia tecnológica que permitió desarrollar en Japón el cine como un arte, entretenimiento e industria endémicos, que heredó mucho de la esperpéntica tradición kabuki. Las revistas y manuales occidentales de cine enseñaron a los directores nipones que necesitaban adaptar sus producciones cinematográficas a las narrativas occidentales (e imitar el estilo de Hollywood) para poder salir a competir en el mercado internacional algún día (Miyao 2001: 195-196; Kelts 2007: 42). Los primeros cortometrajes animados hechos

íntegramente en Japón intentaban acercarse a la técnica de Cohl, como el “Imokawa Keizō genkan ban no maki” (1917) de Ōten Shimokawa, o usaron técnicas que acercaron el producto final a un espectáculo de marionetas (“ningyō jōruri”), como el “Ubasetuyama” (1925) de Sanae Yamamoto. Pero, definitivamente, estos cortometrajes de animación no se prestaban mucho a su exportación nacional, por su aspecto final que recordaba al de los actos del kabuki, a los que las audiencias occidentales no estaban acostumbradas.

De cualquier modo, esta producción temprana de animación se colocó en el ritual japonés de “ir al cine” en el mismo lugar que en el estadounidense (antes de los largometrajes), un lugar que se consideró privilegiado, y no marginal. Por aquel entonces, en las salas de cine niponas, ver un corto de animación producido en Japón antes de una película de éxito de Hollywood suponía que ambos productos estaban a la misma altura cualitativa (Miyao 2001: 198). Pero, a pesar de que las técnicas de animación en Japón imitaban las que se desarrollaban en Estados Unidos (desde fotografiar dibujos en pizarras, hasta la animación en acetato, pasando por recortes de papel pautados), los dibujos animados tempranos japoneses para cines no tendrían gran trascendencia. Los contenidos se mantuvieron genuinamente japoneses, lo que imposibilitó su exportación: muchos de estos cortos animados trataban de historias, leyendas y alegorías niponas con su moraleja oriental. “Saru kani gassen” (1917), de Seitarō Kitayama, o “Shinsetsu Kachikachi yama” (1936), de Kon Ichikawa, son cortometrajes que no destacaron precisamente por su calidad, pero fueron elogiados por tratar sobre el folklore nipón. Pocos animadores nipones consiguieron destacar internacionalmente: Noburō Ōfuji, con el *remake* del “Kujira” de 1927, o Teinosuke Kinugasa, con “Jūjiro” (1928), consiguieron llevar, con el tiempo, la animación nipona a pantallas americanas y europeas e incluso ganaron galardones de los primeros festivales de cine occidentales.

A diferencia de lo que sucedía en occidente, adultos y niños parecían disfrutar por igual, sin tapujos, del nuevo medio de la animación. Pero los primeros seriales importados desde Francia, especialmente el *Zigomar* de Cohl, demostraron ejercer una poderosa influencia sobre las mentes de los jóvenes. Ya en 1917 aparecen las *Regulaciones de las imágenes en movimiento de Tokio*, con la colaboración del gobierno y las fuerzas policiales, que prohibieron, en ese mismo año, la proyección del

segundo filme aminado de Jun'ichi Kōuchi, “Chame no kūkijū”, porque se consideró que podía promover el vandalismo entre los jóvenes.

A partir de 1921, el Ministerio de Educación de Japón se dedicó a hacer recomendaciones de películas animadas por su valor pedagógico, lo que en poco tiempo derivó en una clara división de dibujos animados para adultos y para jóvenes. De la segunda categoría, destacan cortos de Kitayama como “Kiatsu to mizuage ponpu” (1921), “Chikyū no maki” (1922) o “Shokubutsu seiri: Seishoku no maki” (1922). Incluso, desde el 1925, el gobierno subvencionó a los animadores para que produjeran cortos animados para colegios e institutos. Además, debido al impacto de *Zigomar* entre los jóvenes, el gobierno nipón enseguida promovió la animación con propósitos propagandísticos. En esta línea, Kitayama sacó títulos como “Chokin no susume” (1917) y “Chiri mo tsumoreba yama to Naru” (1917) y Yamamoto “Shokurin” (1924), “Yūbin no tabi” (1924) y “Baidoku no denpa” (1926).

El propósito del gobierno japonés, al apoyar la producción de estos cortos, era fundamentalmente reforzar la moralidad pública, pero a la vez permitió la consolidación de unos estudios de animación que emulaban las dinámicas corporativas de producción estadounidenses, en lugar de las pequeñas industrias familiares. De esta manera, la animación japonesa pudo llegar al punto de sofisticación de los Estados Unidos. De hecho, Disney se convirtió en el principal referente para la animación de calidad y muchos de los animadores japoneses emulaban sus técnicas (algo que las subvenciones del Gobierno nipón permitían). De especial relevancia es “Ari-chan” (1941) de Mitsuyo Seo, que, gracias al apoyo gubernamental, el avance tecnológico (por la guerra) y la técnica de Disney, consiguió crear la sensación de profundidad en la animación 2D gracias al uso de la cámara multiplano (figura 9), de la que ahora la animación japonesa depende enormemente (Miyao 2001: 205).

**Figura 9.** Operarios de Disney inmersos en una laboriosa filmación con una cámara multiplano en la década de los 40. Con este sofisticado y costoso aparato, las imágenes animadas bidimensionales adquirían profundidad. Disney fue el inventor de tal aparato e hizo un gran uso de él en sus dibujos animados. De todos modos, la industria del anime tomó y perfeccionó este método, junto a la rotoscopia, y los convirtió en una distintiva marca estética.







**Figura 10.** Cartel del primer largometraje nipón *Momotarō no umiwashi* (1943). En él, se aprecian los protagonistas de la popular leyenda folklórica japonesa del niño-melocotón inmersos en una satírica alegoría del bombardeo de Pearl Harbor.

No es de extrañar, pues, que, al estallar la Segunda Guerra Mundial, el gobierno nipón tuviera tanto control sobre la producción de animación que intervino decisivamente en sus contenidos propagandísticos. Al igual que en el ámbito del cómic, los contenidos fueron orientados a la causa japonesa en el conflicto. El avance tecnológico, que vino de la mano del militar, permitió notables progresos en el campo de la animación. Así pues, no resulta sorprendente que *Momotarō no umiwashi* (1943) y su secuela *Momotarō: Umi no shinpei* (1944), también de Seo (estudios Shōchiku), resultaran ser los dos primeros largometrajes animados japoneses (de 37 y 75 minutos respectivamente) cuyo contenido propagandístico articulaba sus tramas (figura 10). Estas dos películas tuvieron un gran impacto sobre el joven Tezuka, pues “[their] poetic atmosphere, [their] use of shadow-pictures, [their] chorus and other features made a great impression on him” (Miyao 2001: 205). Miyao apunta que, durante la Guerra, el “government laid the basis for the post-war development of animation [...] encouraging technical experimentation, training animators, creating the conditions for teams of animators” (2001: 205). No es de extrañar, entonces, que la escuela de animación

televisada nipona que empezó Tezuka con *Tetsuwan Atomu* se recreara con contenidos reminiscentes de una época bélica.

Al término de la guerra, e inspirados por el éxito de la compañía Disney, aparecen los primeros estudios de animación a gran escala, Tōei Dōga (1948) –a los que no le saldría una competencia local seria hasta 1985 con la apertura del Studio Ghibli. Alentada por el éxito internacional de Akira Kurosawa, la Tōei centró sus esfuerzos en la comercialización de sus películas animadas en el extranjero. Y, por supuesto, Disney fue el referente absoluto de producción: *Hakujaden* (1956) fue el primer largometraje animado para su distribución internacional, fue el primero en color de la tradición japonesa y muchos de sus fotogramas fueron rotoscopiados, como lo había hecho Disney. Y, al igual que los largometrajes de Disney, *Hakujaden* estaba basado en cuentos folklóricos de Japón. Valió la pena la inversión en *Hakujaden*, ya que a partir de los 60 obtuvo éxito internacional: se exportó a Estados Unidos, Brasil y Taiwán e incluso ganó un premio en el Festival de Cine de Venecia (Miyao 2001: 207).

Es verdad que, a partir de los años 50, los estudios más adinerados empiezan a producir largometrajes bajo la firma de respetadísimos directores, guionistas y dibujantes. Y la inmensa mayoría de estos artistas provenían, irremediablemente, de la industria del manga. Tezuka, Akira Daikubara, Isao Takahata, Leiji Matsumoto, Yoshiyuki Tomino e incluso Akira Toriyama son algunos nombres de autores que han fluctuado de casas editoriales a estudios de animación desde los años 50, adaptando su obra y creando franquicias bastante rentables de sus personajes al más puro estilo de Walt Disney. No se puede negar que todo el trabajo que artistas polifacéticos como estos ya han hecho en el campo del manga se traduce en una provechosa ventaja para su producción animada, pues sirve como material base (un *storyboard*, en conceptos cinematográficos) para una potencial producción en serie. El manga se empezó a publicar en *pulps*, que pronto pasaron a ser semanales. Esto generó el surgimiento de numerosas recopilaciones antológicas, *tankōbon*, que resultaron ser una práctica fuente de inspiración para las cintas de los estudios de animación. Muchas series japonesas de animación están basadas en las historietas publicadas en estas revistas; otros filmes resultan ser abreviaciones personales de la obra más estimada de un autor y poco se escribe para la producción directa de largometrajes animados.

Por esto, no es de extrañar que la clasificación y expectación de la animación japonesa profesional herede los preceptos de la configuración temática y formal del



manga. Desde que la confección artística de la caricatura sale del control y consumo exclusivos de la aristocracia y el clero nipones, sus manifestaciones se han ido ramificando dependiendo de sus contenidos, funcionalidad y el público al que iba dirigido. Así, los *zōshi* y *zenga* son variantes de la expresión caricaturesca dirigida a los estamentos elitistas, los *ōtsu-e* y *ukiyo-e* a los plebeyos, los *shunga* y *kibyōshi* a los adultos de la clase media y los *manga*, *tobae* y *kani-shibai* a un público infantil genérico.

Cuando se define una industria de distribución del manga (entendido como la variación más sofisticada de la caricatura) en Japón, el criterio de cada editorial hará las pertinentes catalogaciones y los vendedores y autoridades se encargarán de controlar las adquisiciones de estos productos. No olvidemos que estas tempranas divisiones del género de la caricatura ya condicionaban tanto su contenido como su diseño y formato, lo que hacía muy fácil reconocer la audiencia ideal de estos productos con tan solo una inspección superficial. Irremediablemente, cuando la caricatura se vuelve en una expresión más apta para la narrativa, hasta dar con el manga moderno, esta clasificación queda absolutamente estigmatizada, pero no es determinante a la hora de valorar estos productos como expresiones artísticas de Japón.

Como cabría esperar, esta clasificación del manga pasa consecuentemente a sus versiones animadas, que dominan el medio. Estas ramificaciones de los productos de ficción reflejan la configuración jerarquizada de la sociedad nipona y dejan ver las tensiones sexuales más persistentes del etos japonés: el manga y la animación se dividen por género y edad principalmente (parecido a lo que históricamente pasó con la caricatura). Mientras que el *shōnen* es un subgénero pensado (y catalogado) para un público lector joven, el *seinen* se concibe para una audiencia masculina más crecida. Lo mismo pasa con el *shōjo* y el *josei* en el ámbito femenino, respectivamente. A partir de esta primera distinción, se puede establecer también la catalogación por contenido: mientras el *mecha* (historias de robots gigantes) o el *sentai* (grupo de superhéroes) parecen dominar en el *shōnen* con tramas violentas, el *maho shōjo* (las súper-heroínas) o el *bishōnen* (relatos sobre chicos atractivos, frecuentemente en el instituto) parecen más apropiados para el *shōjo*, con argumentos más fantasiosos.<sup>11</sup> Al igual que un japonés puede reconocer si al otro lado del teléfono le habla un hombre o una mujer por

---

<sup>11</sup> Para más detalles sobre la clasificación de los subgéneros del manga y el anime, véase Cooper-Chen (2010: 175-178).



**Figura 11.** Nótese que cuando el *shōnen* recurre a tramas realistas (izquierda, *Captain Tsubasa* 1983-1986) y el *shōjo* a las fantásticas (derecha, *Magical Girl Lalabel* 1980-1981), el diseño de los personajes y la elección de contenidos todavía sigue apuntando hacia qué tipo de público se dirige el anime.

su uso del habla, también podrían reconocer si un manga es para un hombre o una mujer o para adultos o niños, simplemente por lo lingüística y semióticamente marcada por género y edad que está casi cualquier manifestación cultural de Japón (figura 11).

No es extraño entonces que esta catalogación condicione enormemente el consumo de este nuevo entretenimiento popular. Aunque la lectura de las tiras cómicas en estos *pulps* o en *tankōbon* se puede realizar en un ambiente íntimo, muchas infraestructuras de la sociedad japonesa están preparadas para que el consumo del manga sea público y no reprochable, según los principios del *tatemae*. Los japoneses leen las revistas de manga en cualquier lugar: en el metro, en la calle, en las salas de espera de los edificios públicos; y, una vez las terminan, o bien las tiran o se las pasan a alguien más. Incluso existen cafeterías abiertas todo el día (*kissa*) que, al lado de la mesa, ofrecen estanterías llenas de *tankōbon*, para que el cliente pueda leerlos mientras toma algo. Esto es indicativo de que, en Japón, el consumo del tebeo no es algo, como en occidente, de lo que el consumidor necesita esconderse de la opinión general. Es más, leer cómics en público en Japón es ciertamente una manifestación del *tatemae* del lector (que disfruta del arte, aunque popular, que produce su nación), mientras que su *honne* queda reservado para su propia percepción y experimentación personal de la lectura del manga (Kelts 2007: 125-144).

El consumo de la animación japonesa, por analogía, también queda sujeto a estos parámetros litúrgicos. Es cierto que, sobre todo en los primeros años de su establecimiento como género comercial, la animación japonesa se manifiesta en

largometrajes para el cine o series animadas, en espacios de consumo muy restringidos para la época (aunque más prestigiosos que los cortometrajes que precedían las películas para entretener a los niños en occidente). Es cierto que la industria de la animación japonesa ha facilitado su acceso colocando sus productos en lugares de encuentros sociales (como los videoclips proyectados constantemente en restaurantes y karaokes o los anuncios psicodélicos que invaden las calles de las principales ciudades).

Igual que con el manga, la animación japonesa es fácilmente accesible para la población del país, como una expresión más del *tatemae* que prioriza vanidosamente el consumo de su arte popular. En este sentido, empezamos a ver que la relación entre animadores y audiencia es mutua, pues ciertamente son japoneses los que hacen animación para *todos* los japoneses, sin la necesidad del constructo imaginario de su audiencia ideal (esto es, infantil) que condena su forma final y recepción, como en occidente (Kelts 2007: 95). Por todo lo demás, los antropólogos orientalistas no apuntan específicamente que el consumo de cómic y animación nipones, en Japón, haya estado, ni esté, irremediablemente asociado al ámbito infantil o familiar, como sí ha pasado en Estados Unidos, los países anglófonos y la mayor parte de Europa.

El tratamiento de los contenidos de cada producto de manga o animación nipona, irá en consonancia con el público al que se quiera dirigir cada obra, al gusto de cada autor. Muchos eruditos en el tema, como Kelts, insisten en que toda manifestación narrativa visual y audiovisual desde el bombardeo atómico de Hiroshima y Nagasaki es una reformulación unificada de la identidad nacional japonesa (Kelts 2007: 112), que insiste en presentarse como un país solvente en cuanto a avance tecnológico y orgulloso de su legado folklórico (de ahí la extraña fusión que fantasía y ciencia ficción presentan en muchos productos audiovisuales nipones). Por tanto, en los mangas y dibujos animados, los artistas nipones subliman toda una serie de pulsiones viscerales (continuadoras de la irreverente temática de la caricatura temprana) que nada tienen que ver con el protocolo y la etiqueta (*tatemae*) en la que está construida la cultura del país. Así, estas muestras de arte popular nipón son el lienzo donde se materializa catárticamente el *honne* de los creadores y que ayuda a una patriótica construcción del *tatemae*, con la pública exhibición ceremoniosa del consumo de estos materiales (Kelts 2007: 28, 37).

Como veremos más detalladamente en la próxima sección, debido a su configuración sociocultural, su rápida integración tecnológica y el trato especial hacia

las artes populares, Japón desarrolla un medio genuinamente japonés en el ámbito del cómic y la animación,<sup>12</sup> definiendo un estilo muy particular que, inevitablemente, toma su *modus operandi* de las dinámicas de la industria estadounidense. Mientras que el tebeo español o la *bande dessinée* francesa seguirán siendo tratados genéricamente como cómics y los dibujos animados de Europa del este o los modernos largometrajes por ordenador seguirán siendo animación, el cómic y la animación japoneses son, distintivamente, manga y anime.

### 3.4 De occidente a oriente y viceversa

Los estudios poscoloniales desarrollados a la largo de la segunda mitad del siglo XX han mostrado que absolutamente todas las relaciones entre occidente y oriente son tensas y han originado una serie de narrativas que muestran unas preocupaciones más o menos coincidentes. La misma historia de Japón tiene abundantes muestras de estas tensiones y ansiedades, como evidencia su desarrollo del cómic y la animación. El contacto entre oriente y occidente siempre ha estado presente de algún modo en el desarrollo de estas artes visuales, aunque primeramente por pura casualidad, paralelismo o analogía. Por ejemplo, los garabatos tempranos japoneses nos recuerdan a la costumbre de hoy en día de dibujar sobre el mobiliario de edificios públicos (especialmente en mesas y pupitres de colegios y universidades) o de hacer grafitis vandálicos utilizando como soporte las instalaciones urbanas, hábito que también se ha documentado en la Roma clásica. Hasta la época Edo, la actitud de Japón hacia occidente es de curiosidad, respeto e incluso fascinación, pero con cierta carga de reticencia e incluso celos; mientras que a la inversa, el oeste se acercó a oriente por puro interés comercial y, podría decirse, colonial. Durante los dos siglos y medio que duró el cierre comercial en Japón, se puede decir que el desarrollo artístico (y en otros planos como el social, político, tecnológico, militar, etc.) fue prácticamente endémico y muy limitado.

---

<sup>12</sup> La que se empezará a llamar distintivamente “anime” a partir de los años 70 (como una contracción de la locución francesa “dessin animé”), etiqueta que a partir de ahora utilizaré para referirme específicamente a la animación hecha en Japón por japoneses.



**Figura 12.** A mitad del siglo XIX, entre otras cosas, occidente introdujo en Japón la imprenta de tipos móviles moderna, ideada por Gutenberg en el siglo XV. De todos modos, esto no supuso el abandono automático de la imprenta de bloques de madera, que hoy en día permanece como una forma tradicional de confeccionar ilustraciones en Japón. La xilografía también fue muy usada en Europa para crear algunas de las pinturas más famosas del impresionismo.

Con la reapertura definitiva al resto del mundo a mitad del siglo XIX, Japón se convierte en una inagotable fuente de inspiración para una Europa en pleno apogeo de su imaginario colonial y con el impresionismo como tendencia artística emergente y dominante en el ámbito de las artes plásticas. Claude Monet, Edgar Degas o Mary Cassatt son los ejemplos canónicos más emblemáticos de artistas occidentales que incorporaron temáticas y métodos del arte japonés al impresionismo europeo (figura 12). Pero Europa también se inmiscuyó en el desarrollo cultural japonés. Wirgman y Bigot trajeron elementos imprescindibles para el desarrollo de la tira cómica y Cohl introdujo tanto el cinematógrafo como los primeros dibujos animados europeos que ayudaron al desarrollo del anime.

Pero donde el contacto con occidente fue más crucial para Japón fue en el plano tecnológico. Hasta 1867, cuando acaba la época Edo y, consecuentemente, su aislamiento comercial, el archipiélago nipón había estado inmerso en una época equivalente, en muchos sentidos, al feudalismo totalitarista europeo. Su reapertura al resto del mundo conllevó una necesaria actualización o modernización de su tecnología, lo que, como siempre ha pregonado el discurso occidental, habría de traducirse en una mejora de la calidad de vida. La adaptación fue rápida: en menos de un siglo, Japón pasó de una rudimentaria organización marcial medieval a ofrecer su apoyo militar a los aliados en la Primera Guerra Mundial y a ser una de las potencias centrales y más problemáticas del Eje en el segundo conflicto global. La veloz industrialización japonesa no se vio como una amenaza a la cultura tradicional; muy al contrario, el avance tecnológico se incorporó sin reticencias tanto al estilo de vida nipón como a las nuevas expresiones culturales que surgían en Japón. La compleja, pero conciliadora, relación que el avance científico y pensamiento tradicional nipón han mantenido siempre en Japón, han dado como resultado unas ficciones narrativas que se mueven cómoda pero desconcertantemente (en especial para el lector occidental) entre las, ya de

por sí, resbaladizas categorías occidentales de ciencia ficción y fantasía (y en esta última, la mitología, la leyenda y el surrealismo o lo absurdo).

Como cabría esperar, el cambio de siglo (del XIX al XX) y especialmente la conclusión de la Primera Guerra Mundial, supusieron una reconfiguración de las potencias mundiales que no se podía ignorar. El Reino Unido pronto acabaría cediendo su hegemonía mundial a los Estados Unidos de América. Paulatinamente, Japón rompió sus vínculos con las principales potencias europeas para estrecharlos con Estados Unidos, la nueva promesa mercantil mundial de principios del siglo XX. Aunque esta relación cruzó el paréntesis de la Segunda Guerra Mundial, la posguerra forzaría la presencia norteamericana en suelo nipón y obligaría al Tío Sam a vigilar de cerca el creciente potencial tecnológico de Japón, principal competencia de la hegemonía yanqui.

Ciertamente, lo que Edward Said (1978) ha acuñado como orientalismo es lo que está operando a la hora de definir la actitud de los japoneses hacia los occidentales. El orientalismo es una serie de actitudes, normas y pautas preestablecidas discursivamente en las relaciones entre colonos y colonizados que defiende la superioridad, conveniencia y legitimidad de toda la parafernalia imperialista. Las construcciones paradigmáticas del ethos del colono se forman desde un discurso de lógica binaria, lo que fuerza la constante conciencia de una alteridad definida dicotómicamente en términos peyorativos (Said 1978; véase también Wells 1998: 220; McLeod 2000: 37-50). Siguiendo las pautas de esta ideología, se podría interpretar la ingenuidad con la que Japón abrazó a los colonos europeos en el “siglo cristiano” como la convicción de estar tratando con una sociedad que se ha revelado como “superior”. Entre 1540 y 1640, Europa se aferró a la religión organizada, el avance tecnológico y el conocimiento científico como principales proveedores de los argumentos discursivos que justificaron su intromisión colonial en Japón. Pero, teniendo en cuenta que no estaban dispuestos a tolerar una invasión ideológica y que su modo de vida tenía (y tiene) una vertebración protocolaria y ceremonial, los japoneses sólo consiguieron mostrar una recelosa y respetuosa (a veces hostil) fascinación por occidente, que impidió una colonización física y mental del archipiélago nipón.

A partir de 1867, después de casi dos siglos y medio de letargo, Japón se abre a occidente revelándose como una sociedad insular medieval, muy retrasada con respecto al avance tecnológico y calidad de vida de las principales potencias occidentales. En



estas circunstancias, todas las fuerzas discursivas apuntaban a una más que justificada necesidad de adoptar los progresos occidentales al contexto nipón para sobrevivir ante lo que se habría de denominar “globalización”. Durante el resto del siglo, Japón integra con una naturalidad asombrosa el avance tecnológico a su modo de vida, de tal manera que el primero esté al servicio del segundo. Así, Japón se reincorpora en el panorama de las relaciones internacionales, con la globalización como fuerza dominante y unificadora. Y definitivamente, después de la Segunda Guerra Mundial, un Japón con serias frustraciones identitarias hace un esfuerzo intelectual considerable para adaptarse e intentar sobrevivir en los nuevos y enmarañados sistemas financieros de fundación occidental que ahora dominan el globo. El país del sol naciente abre sus brazos a Occidente y adopta todo aquello beneficioso para su sociedad (especialmente la tecnología), pero sin abandonar definitivamente su genuina y particular expresión cultural, ni siquiera cuando se trata de confeccionar productos culturales para su distribución y venta al resto del mundo.

Esta integración entre tecnología y tradición se ve perfectamente ilustrada en una de las figuras que es clave para este capítulo, Osamu Tezuka. Con la tecnología, Tezuka encuentra la manera de hacer madurar el manga y el anime y aprovechar todo su potencial hacia una expresión autóctona, usando métodos occidentales. En el manga, Tezuka usa las técnicas cinemáticas de Hollywood y, en el anime, prioriza tramas de exploración psicológica, creando así productos distintivos del medio definidos por un auténtico estilo nacional. De cualquier modo, esta trepidante carrera hacia su modernización tecnológica no ha impedido que Japón, independientemente de su trato cortés y aparentemente humilde hacia los “otros”, siga viéndose como discursivamente “inferior” (las bombas atómicas fueron dos serios avisos occidentales).

En el plano internacional, Japón no se ve como un competidor digno de exportar sus productos de arte popular porque en occidente está mal visto el consumo de estos materiales, a pesar de la posición canónica en que el *tatema* ha colocado las expresiones artísticas populares y de entretenimiento en el contexto cultural japonés. Y lo que es más irónico todavía es que Japón se siguiera viendo conceptualmente inferior a Estados Unidos por su posición como segunda potencia mundial, a pesar de haber sabido aprovechar la iniciativa occidental para desarrollar tecnología de un modo que en Estados Unidos era imposible. Todo esto se verá reflejado en la siguiente subsección, que abordará sobre la entrada del anime en Estados Unidos y un inesperado cambio de



roles en esta historia: la audiencia norteamericana será la que empezará a respetar e incluso adorar el trabajo oriental en la animación, aunque de manera clandestina.

#### 3.4.1 La exportación de las imágenes cómicas animadas

Para seguir hablando de la llegada del anime a occidente hay que tener en cuenta unas pocas consideraciones. Ante todo, Estados Unidos será clave para la distribución del anime, primero, en Norteamérica y luego en el resto de los países anglófonos. Hay que recordar, sin embargo, que la nación nipona, aunque haya priorizado convenientemente sus relaciones con Estados Unidos, sigue teniendo numerosos y saludables contactos por el resto de occidente (Francia en particular, véase 4.4).

En segundo lugar, hay que tener en cuenta que la historia de la llegada del anime a occidente lo hizo tanto oficialmente como de manera ilegal. La llegada “oficial” del anime gracias a las distribuidoras comerciales se hace al principio débilmente a través de los cines y luego a través de las emisiones de televisión. Pero por las nuevas audiencias (activas) que surgieron, nos interesará más centrarnos en la distribución ilegal del anime, documentada en un laborioso trabajo de investigación por Sean Leonard (2004), pues nos revelará nuevas actitudes hacia la animación universal que culminarán en los 90 no sólo con la explosión fenoménica en el género, sino también en la esfera subcultural con la rebeldía e inconformismo que suscitó.

Finalmente, hay que tener en cuenta que en esta subsección usaremos una terminología que manejaremos más específicamente en el próximo capítulo y que se corresponde con el medio específico de la televisión. Esto es porque, a pesar del problemático efecto que tuvo la emisión oficial de animación japonesa en televisores occidentales, el impacto más decisivo que tuvo el anime fue a través de las cintas VHS que permitían “poseer” físicamente los productos audiovisuales y que dependían crucialmente del televisor para su funcionamiento.

Es cierto que, desde su nacimiento en 1938, el mercado internacional de largometrajes animados ha estado prácticamente dominado por los títulos que ofrecía Disney. El fallecimiento de Walt Disney en 1966 provocó que sus estudios se contuvieran en la producción de películas animadas durante los siguientes veinte años, mientras que otras entidades vieron una oportunidad única para salir a competir en este terreno. Si la competencia estadounidense de Disney no consiguió ampliar suculentamente la oferta de películas de dibujos animados (véase en el capítulo anterior

Fleischer y UPA), al menos los festivales internacionales de cine estaban dando a conocer interesantes alternativas en los largometrajes animados por todo el mundo.

*Animal Farm* (Gran Bretaña, 1954), *La Demoiselle et le violoncelliste* (Francia, 1965) o *Maria d'Oro und Bello Blue* (Alemania, 1973) fueron largometrajes animados europeos que consiguieron darse a conocer respaldados por buenas distribuidoras y galardones internacionales, aunque, como ya se ha dicho, no causaron gran sensación en el mundo de la animación. A partir de los años 50, y especialmente los 60, largometrajes animados japoneses, tales como *Kujira*, *Yūreisen*, *Hakujaden*, *Shōnen Sarutobi Sasuke* y *Saiyūki*, empiezan a circular por las salas de cine occidentales y los festivales de cine internacionales, dando a conocer al mundo un nuevo estilo de animación que nada tenía que ver con las producciones de la industria norteamericana (Cohen 1997: 82). De todas maneras, la exportación de estos primeros animés no acabó de calar entre la crítica occidental pues, para seguir sus contenidos, la audiencia necesitaba estar familiarizada con las narrativas y el folclore japoneses y los temas que se trataban no parecían apropiados para niños (en una época en la que, recordemos, occidente considera la animación como algo dirigido casi exclusivamente al público infantil).

Sin embargo, a partir de la mitad del siglo XX, el principal soporte de manifestación de la animación es la televisión, y muchas de las nacientes cadenas de todo el mundo optan por incluir en sus parrillas dibujos animados japoneses para alegrar la programación infantil. Tanto Estados Unidos como Francia (los principales y más influyentes adquirentes occidentales de anime televisivo en las tres décadas previas a los 90), notaron que muchos de los contenidos del anime no podrían ser fácilmente decodificados por las audiencias occidentales (y aun menos por las infantiles, a las que se orientaban principalmente estos productos). Es cierto que los japoneses se encargaron de colmar el anime (especialmente el que se iba a exportar) con elementos típicamente japoneses (como una manera de reformular globalmente su identidad nacional de posguerra), pero los editores occidentales se dedicaron a alterar sus contenidos para que adquiriera un carácter más universal (Leonard 2004: 7; Kelts 2007: 13-16). Por ejemplo, Fred Ladd editó los títulos, nombres, diálogos y argumentos de *Astroboy* (1963), *Gigantor* (1965), *Kimba the White Lion* (1965) y *Speed Racer* (1967) para que pudieran ser fácilmente consumidos por una audiencia norteamericana y triunfaran en las

parrillas occidentales. Francia hizo exactamente lo mismo con todo el anime televisivo que compró, por no decir que todavía lo hace (Quesada y García 2008: 27-28).

Irremediablemente, los editores y censores occidentales no pudieron hacer nada para contrarrestar el material visual comprometido de los seriales anime de los 70, como *Devilman* (1972), *Mazinger Z* (1972) o *Cutey Honey* (1973) (derivados del *shōnen*), lo que provocó que las asociaciones de padres de prácticamente todo el mundo reaccionaran ante los contenidos violentos y sexuales del anime. Esto, a su vez, originó el primer, y globalmente famoso, estigma de la animación japonesa (Quesada y García 2008: 63-70). Ciertamente, el anime televisado en occidente durante los años 70 y 80 lo compondrán series cuyas tramas están bien basadas en obras de la literatura occidental o ambientadas en una Europa de época; pero que ciertamente, siguiendo el decoro del *shōjo*, no tenían tantos contenidos violentos ni sexuales, ajustándose así a lo que occidente esperaba de la animación (y que se tradujo en una audiencia familiar).

Con esto, las audiencias occidentales más maduras ya habían probado el anime y los Estados Unidos fue el primer país en reaccionar a esta selectiva y profanada llegada de anime a occidente, con una iniciativa que después se ha extendido al resto del mundo. Gracias a la presencia militar norteamericana en Japón, a raíz del final de la Segunda Guerra Mundial y la Guerra de Corea, los Estados Unidos estuvieron informados de que en el país del sol naciente se producía una ingente cantidad de dibujos animados, de los cuales sólo llegaba a occidente una pequeña parte adulterada por la censura occidental. A partir de la invención del VHS en 1975, japoneses o soldados estadounidenses enviaron cintas con anime a sus amigos norteamericanos a cambio de grabaciones de series que no llegaban a Japón, como *Star Trek* y *Battlestar Galactica*. El consumo de estas cintas de anime fue desde el visionado privado con amigos hasta las proyecciones en asambleas y congresos académicos, oficiales y amateurs de ciencia ficción y fantasía. Esto conllevó la formación de clubs y asociaciones universitarias que se encargaron de regular la distribución ilegal de estos materiales (siendo Los Angeles Science Fiction Society, Cartoon/Fantasy Organization y Gamelan Embassy los principales).

Como cabría esperar, todo este material llega a Estados Unidos en japonés y sin subtítular, lo que hizo que el interés por él fuera decayendo entrados los 80. Muchos fans se apresuraron a aprender nociones básicas de japonés, otros comercializaron guías de seguimiento del argumento ayudados por sus amigos de Japón (Leonard 2004: 11;

Kelts 2007: 18) y otros se conformaban con ver el espectáculo visual que ofrecían los animes (aunque algunos tenían tramas lo suficientemente simplonas como para hacerse una idea del argumento sin necesidad de saber japonés, como *Space Battleship Yamato* y su secuela). Finalmente, a finales de los 80, la tecnología de los subtítulos estaba al alcance de los fans, lo que dio el impulso definitivo a la comercialización oficial del anime y a su consumo compulsivo, como se verá a continuación.

En el período transcurrido entre 1976 y 1993, y que se corresponde con toda esta distribución clandestina de anime en Estados Unidos, los estudios de animación japoneses fueron conscientes de toda esta actividad ilegal (pues estos fans incurrieron en numerosas infracciones nacionales e internacionales de derechos de autor y de explotación de la propiedad intelectual –véase Leonard 2004: 30-37). Compañías como Tōei Animation, Tokyo Movie Shinsha o Tatsunoko (que en los 70 contaban con sucursales en suelo norteamericano) estaban totalmente desmoralizadas con la comercialización internacional del anime (por las erróneas predicciones que vertían las autoridades en animación de Hollywood), aunque vieron en la distribución ilegal de sus productos una beneficiosa e impagable publicidad gratuita. Además, los fans y asociaciones que distribuían estos materiales se encargaron de que nadie se lucrara del anime hasta que se legalizó su comercialización a principios de los 90. Y, como cabía esperar, cuando esto pasó en 1993, los estudios de animación japonesa se vieron gratamente recompensados por todos estos numerosos fans de anime, otakus,<sup>13</sup> que se habían formado en la clandestinidad académica norteamericana. Más allá si cabe, al respaldarse con las distribuidoras de Hollywood, el anime gozó de la amplia distribución que le permitía un mercado globalizado, aunque Japón ya se había encargado de dar a conocer sus productos culturales en el resto de América, Europa, África y Asia. Pero, ¿qué ofrecía la animación japonesa para que audiencias universitarias norteamericanas se interesaran por ella de manera extraoficial? Si bien se pueden alegar factores endémicos que contribuyeron a esta calidad percibida en el anime, tampoco podemos ignorar la influencia estadounidense, que fue decisiva.

Como se desprende de la breve historia de la caricatura ofrecida anteriormente, la actitud de los dibujantes siempre se caracterizó por matices transgresores desarrollados en el mismo *honne* (psique) nipón –reminiscentes de la filosofía de la

---

<sup>13</sup> Se conoce genéricamente como otakus a los consumidores de cualquier tipo de material que esté diseñado en Japón o en el “estilo manga” (cómic, películas, videojuegos, figuritas, ropa, posters, etc.).

Warner Bros. Desde su nacimiento en la época antes de Cristo, las caricaturas destacaron por atacar abiertamente a las autoridades y costumbres políticas y religiosas (cosa que se radicalizó con la influencia europea de Wirgman y Bigot). Esto enseguida derivó en la politización de los contenidos de las pinturas (con elementos folklóricos, satíricos, pornográficos y escatológicos) y en que sus creadores se especializaran en dibujar para un tipo de audiencia determinada u otra –y que, por tanto, su distribución se limitara en consecuencia. Por eso en Japón se aprendió a escribir específicamente en cualquier medio para una audiencia infantil o adulta, femenina o masculina, rica o pobre (aunque hay que tener en cuenta que en Japón estos constructos son mucho más herméticos que en occidente, lo que facilitó esta especialización de las audiencias).

Entonces, Japón aprende a hacer caricaturas y, consecuentemente, animación para cualquier tipo de público, en vez de centrarse en ese público que ofrece la salida comercial más rentable (como ha ocurrido en el contexto estadounidense, véase el capítulo 2). Esto en occidente se traduce como una variada oferta que permite a las distribuidoras internacionales elegir el producto más adecuado para su edición y comercialización para las audiencias europeas y americanas. Y más críticamente, occidente se encuentra delante de una oferta de animación revolucionaria que le animaba a enfrentarse al fenómeno de los dibujos animados desde nuevas perspectivas.

En último lugar, no podemos negar el valiosísimo papel que las autoridades niponas tuvieron a la hora de promocionar la animación como un arte digno de consumo canónico desde su creación y merecedor de su exportación internacional. Mientras que en Estados Unidos los dibujos animados florecen según el éxito de los negocios que los producen, en Japón es el gobierno, con el apoyo del ejército, quien sustenta económicamente la creación y mejora de la infraestructura industrial de la animación nipona. Así, los animadores se forman explorando todos los géneros derivados sin depender de las ganancias que generen sus productos, lo que evitó la producción de una animación comercial como la de los Estados Unidos. Entonces, como una manifestación más del *tatema* nacional nipón, se entiende que, en este país, la animación, lejos de verse como algo reprochable o avergonzante, debe de estar muy apreciada si una institución como el gobierno japonés es la que se ha encargado directamente de financiarla y asegurarle una continuidad sociocultural durante gran parte del siglo XX. Así es como se podría interpretar el que la animación haya penetrado en el *mainstream* nipón y se haya presentado internacionalmente como un arte propio. El deseo expresado



**Figura 13.** En el medio de los videojuegos, podemos encontrar una colaboración épica entre Square Enix y Disney, que mezcla los personajes de la popular franquicia de *Final Fantasy* con los de los dibujos animados de Disney en sentido homenaje: *Kingdom Hearts* (2002-). El diseño del personaje humano protagonista, hecho al más puro estilo del anime, presenta notables reminiscencias con el de Mickey Mouse. Nótese los zapatos grandes, el uso de guantes y la selección de los colores de la ropa. No obstante, la indumentaria de Mickey Mouse también ha sido rediseñada al estilo de *Final Fantasy*, es decir, anime.

en la cita de McCay que epitomiza el capítulo anterior es lo que los japoneses consiguieron gracias al desarrollo de la animación a través de las facilidades institucionales.

Por última vez, recordemos el papel imprescindible de occidente para que la animación se desarrollara en Japón, más allá de la aportación tecnológica y la influencia estética en sus diseños.<sup>14</sup> Incluso, cuando la industria del anime sale del confort gubernamental para pasar a las vacilantes redes mercantiles de la globalización, Japón se comporta en este nuevo entorno de una manera mucho más solvente que su país sustentador, Estados Unidos. Ciertamente, sin abanderarse bajo el emblemático diseño de un personaje<sup>15</sup> o crear toda una franquicia multimillonaria que permita a los fans alargar su experiencia artística, como Mickey Mouse y el *Magic Kingdom* de Disney, Japón encuentra una manera muy rentable de aprovechar la demanda de cultura popular (figura 13). La industria del anime, apoyada por el avance tecnológico del país, ha sabido sacarle todo el jugo a la iniciativa que Disney tuvo durante la Gran Depresión para subvencionar sus películas vendiendo la imagen de los personajes que diseñaba.

Así entonces, la experiencia con el anime no se limita a las dos horas o siete temporadas que dura una película o una serie. El fan más devoto puede prolongar su exploración del mundo de ficción animada en productos subderivados como secuelas,

<sup>14</sup> Ojos redondos y enormes, cabelleras rubias y pelirrojas, anatomías enormes aunque proporcionadas y hasta un color rosáceo caucásico de la piel son algunas características que el diseño japonés de las figuras humanas hereda de los modelos occidentales (Disney, Fleischer).

<sup>15</sup> Nótese que, como estrategia comercial, los diseños de todos los personajes más emblemáticos del anime están hechos con un trazo curvo que imita la candidez y organicidad de los diseños de los personajes de Disney. No en vano, *Pokémon* se ha interpretado como la franquicia nipona que más mascotas adorables (esto es, embellecidas o “amables”) tiene.

videojuegos, coleccionables, cómics, *spin-offs*, episodios-web, experiencias virtuales, juegos de rol e incluso parques temáticos. Así, Kelts, explica que el

anime and manga provide an increasingly content-hungry world with something that Hollywood, for all its inventiveness, has not yet found a way to approximate: the chance to deeply, relentlessly, and endlessly immerse yourself in a world driven by prodigious imagination (2007: 116).

Pero no se puede negar que el éxito de esta comercialización del anime no sería posible sin el interés genuino de las audiencias occidentales que están dispuestas a adquirir todo este material derivativo. Es cierto que estas nuevas audiencias occidentales, provenientes de aquellas sociedades universitarias de carácter elitista casi sectario, han desarrollado una visión de consumo obsesivo e idólatra de este material oriental, lo que posiblemente haya levantado el recelo en el ámbito académico. Esta nueva audiencia es la que ha tomado los productos de la cultura popular nipona como “objetos de culto”, debido a su difícil acceso y a su excepcional concepción. A partir de ahora, podemos seguir con la historia global de la animación, teniendo en cuenta que el anime, en términos orientalistas, ha generado internacionalmente esta atmósfera de inquietud en los potenciales creadores y consumidores adultos de animación de la segunda mitad del siglo XX.



## Capítulo 4. La animación en la época de la televisión

I grew up completely overwhelmed by TV, and part of the reason why I have gone into television is as a way to justify to myself all those wasted hours of watching TV as a kid. I can now look back and say, Oh, that was research.

—Matt Groening

### 4.1 Introducción

Este capítulo abordará los cambios que sufrieron la animación y su audiencia en la era de la televisión. Aunque la llegada del televisor a los hogares de todo el mundo fue decisivo para definir un nuevo modo de entretenimiento popular al que los formatos audiovisuales tuvieron que adaptarse, la animación en concreto sigue reafirmandose, durante la toda la segunda mitad del siglo XX, intermitentemente en el espacio canónico cultural que Disney le ha colocado: las salas de cine. Pero, ciertamente, nuestro interés se centrará en ver cómo la televisión se ha convertido en el soporte de expresión más recurrente para la animación, exponiéndose a las nuevas y complejas configuraciones de los espectadores de este medio, facilitando un “genuine contact between audience and performer” (acentuado desde la época de Internet) que generará toda una subcultura de consumo televisivo (que reseñaremos en el quinto capítulo de este estudio). Siempre que sea necesario, este capítulo resaltaré la importancia que la industria del anime ha tenido para occidente en esta reconfiguración global de nociones como productos culturales y populares, audiencias familiares y patrones de conducta para el consumo de audiovisuales.

Los relativamente recién nacidos estudios de medios, derivados de los estudios culturales, toman sus metodologías analíticas de otras disciplinas académicas como la filología, la sociología y la antropología. Para este estudio, será de especial relevancia incidir en los intereses epistemológicos del fenómeno televisivo que Prieto y Trapero han resumido en “(1) the relation between television and contemporary textual practices; (2) the contexts in which the new cultural forms emerge; (3) the construction of meaning along the production-reception continuum; and (4) the blurring of the border between the literary and the non-literary” (2010: 11); todo ello aplicado a la expresión de los dibujos animados. Teniendo Estados Unidos como referente central de la animación mundial, tendremos que analizar esta industria en relación a su contribución

a la globalización, centrándonos en aspectos de producción, representación y recepción (Prieto y Trapero 2010: 13-20), para desembocar en el impacto sociocultural que la expresión artística de los dibujos animados ha tenido en todo el mundo.

#### 4.2 De la gran pantalla al televisor

En 1948, se implementó la Paramount Decision, una ley que permitió a las productoras independientes incorporarse a las cadenas más poderosas de cine que estaban en manos de los estudios y distribuidoras más ricos de Hollywood. Mittell explica que “[a]s longer theatrical bills gave way to single-bookings, animated short cartoons found themselves without an exhibition home on the large screen” (2003: 33). En su momento, el veterano Terry lo explicó del siguiente modo: “[t]he cartoon never demanded a price [...] and it got too expensive to make them [...]. You go to a theater and you *enjoy* the cartoon, to be sure, but you’d pay the same amount of money to see the show if they didn’t have a cartoon” (en Maltin 1987: 343). En definitiva, a mediados del siglo XX, hacer cortometrajes animados para los cines no era rentable en Hollywood, por lo que era de esperar que esta industria se fuera a pique en breve.

Estudios como Walter Lantz Productions y Fleischer Studios habían cerrado sus puertas antes de 1950 y sus bibliotecas fueron adquiridas por Universal Studios o Paramount Pictures para su posterior sindicación<sup>16</sup> en televisión (Maltin 1987: 124, 186-187). Chuck Jones Productions consiguió mantener a flote los estudios de animación de la Warner Bros. a partir de 1970, después de un mediocre y experimental período a las órdenes de DePatie-Freleng Enterprises y Seven Arts Cartoons. Reciclando material, para conseguir arriesgados largometrajes antológicos para el cine y la televisión y algunos cortos que se podían incorporar en espacios infantiles televisivos o antes de las películas cinematográficas de imagen real, Jones permitió que se establecieran los estudios Warner Bros. Animation en 1980, que aún siguen vivos tras haberse especializado en audiencias preescolares y adolescentes en cualquiera de los dos soportes (Putterman 1998: 35-37). Los estudios de animación de la MGM también cerraron sus puertas, pero sus antiguos jefes, Hanna y Barbera, tomaron el mismo sendero que la UPA para que los dibujos animados no desaparecieran a falta de un espacio de manifestación (Barrier 1999: 424-431).

---

<sup>16</sup> Tómese este término en el mismo sentido que se usa en la industria audiovisual norteamericana; es decir, como el proceso de revisión, censura y adaptación que pasan algunos de sus materiales antes de ser vendidos a otras distribuidoras (de cine o televisión) nacionales o internacionales.

Pero antes de centrarnos en la transición a la televisión, veamos qué pasó con el único estudio que pudo permitirse quedarse en los cines. Walt Disney abandonó definitivamente la producción de cortometrajes para el cine en 1962, para poder dedicarse a la televisión. “Disney,” tal y como lo describe Maltin, “had alternatives – animated features, live-action films, television, and amusement parks– to keep his company running” (1987: 343). Antes de fallecer, Disney deja joyas de gran influencia en la animación cinematográfica como *One Hundred and One Dalmatians* (1961), *The Jungle Book* (estrenada póstumamente en 1967) y el corto ganador de un Óscar póstumo *Winnie the Pooh and the Blustery Day* (1968), los últimos bastiones de la animación de calidad con la firma de Walt Disney antes de que la compañía se fuera cuesta abajo durante las dos décadas siguientes. Desde entonces, su familia se ha encargado de tomar el control y beneficiarse del imperio que había fundado con sus estudios de animación, pero podría afirmarse que el toque Disney y su perspicacia habían desaparecido. Aunque la compañía Disney pudo mantener su liderazgo en el sentido económico, otra serie de circunstancias hicieron que otros estudios de animación le hicieran la competencia en las salas de cines (véase Lewis 1994: 87-105).

Así como la industria de animación de Hollywood apenas genera competencia a Disney, la Paramount Decision permite la llegada de alternativas a los “políticamente correctos” largometrajes que adaptaban los cuentos folklóricos europeos a la moralidad puritana de Estados Unidos. En los años 50 empezaban a destacar cintas japonesas en los festivales internacionales. Ōfuji había sido galardonado por sus *Kujira* (1953) y *Yūreisein* (1956) en los festivales de Cannes y Venecia, respectivamente (Miyao 2001: 200), mientras que la Toei Animation comercializó internacionalmente con relativo éxito *Hakujaden* en 1958. Pero la industria del anime se centró más en la televisión (nacional y para exportar) y los escasos títulos de largometrajes que salían oficialmente del archipiélago nipón, como la editada *Cleopatra, Queen of Sex* de Tezuka en 1970, fracasaron estrepitosamente en los cines estadounidenses (Cohen 1997: 82). Durante el resto de la década, todos los largometrajes animados japoneses que llegaron a Estados Unidos fueron de contrabando, ya que las distribuidoras de Hollywood no se interesaron en adquirir anime, por no verle una salida rentable en occidente. Esto tal vez se deba a que las audiencias occidentales (especialmente las estadounidenses) todavía no estaban acostumbradas a (ni interesadas en) las narrativas orientales, en una época en la que

dominaba un resentimiento generalizado por el papel del ejército japonés en la Segunda Guerra Mundial.

Durante los años 60 y 70, Europa se encargó de exportar internacionalmente numerosos títulos confeccionados siguiendo la fórmula de la estética amable y adaptación folklórica de Disney (Ward 2002: 2): el Reino Unido captó la atención con *Animal Farm* (1954) y *Watership Down* (1978); Rusia con *The Story of a Crime* (1962) y *The Magic Pony* (1977); Francia con dos adaptaciones de las tiras cómicas de Astérix (*Astérix le Gaulois* en 1967 y *Astérix et Cléopâtre* en 1968) e Italia con las paródicas *Un buratino di nome Pinocchio* (1972) y *Allegro non troppo* (1977) –incluso una colaboración entre Francia y Checoslovaquia hoy pertenece a los clásicos de la ciencia ficción animada europea: *La Planète Sauvage* (1973).

Pero más relevantemente para la redefinición de la animación occidental fue la iniciativa que supuso la película animada británica de The Beatles *Yellow Submarine* (1968), que estaba intentando captar un público nuevo para la animación en los cines (de hecho, esta película apelaba directamente a una audiencia adulta que se identificara con el movimiento pop psicodélico de los 60 al que la banda pertenecía). El animador norteamericano Ralph Bakshi continúa en esta línea con películas independientes de animación transgresora (figura 14) como *Fritz the Cat* (1972), la considerada su obra maestra *Heavy Traffic* (1973), *Hey, Good Lookin'* (1975/1982), *Coonskin* (1975), *Wizards* (1977), *Fire and Ice* (1983) o *Cool World* (1992), estimulando la creación de la pornografía animada occidental con títulos como *Once Upon a Girl* (1976) de Don



**Figura 14.** Algunos carteles de las películas más famosas de Bakshi. Nótese, tanto en su temática como en su diseño, la notable distanciación que presentan respecto a los productos animados de Disney.

Jurwich, *Alice in Wonderland: An X-rated Musical Fantasy* (1976) de Bub Townsed o *Le Big Bang* (1987) de Jean-Paul Walravens. Estas obras, aunque originales y a veces ambiciosas, no consiguen ganarse un buen lugar entre la crítica, apelan a una audiencia distinta de la de Disney y sus imitadores (Maltin 1987: 347-348) y se convierten rápidamente en rarezas coleccionables, pero abren la puerta a la animación transgresora e independiente que tendrá más acogida en la televisión, como veremos más adelante.

Aunque en este período la competencia en el campo de largometrajes animados (que intentaban llamar la atención de una nueva audiencia) no conseguía ensombrecer la decadente producción de Disney,<sup>17</sup> los herederos del *Magic Kingdom* se granjearon su mayor enemigo en los 80, al igual que ya había pasado en la época dorada de la animación (véase creación de la UPA en la sección 2.4). Indignado por la baja calidad estética de sus jefes en los estudios Disney, Don Bluth, con parte del equipo de Disney, abre las Don Bluth Productions en 1979, desarrollando un nuevo estilo de animación infantil con cintas como *Banjo the Woodpile Cat* (1979), *The Secret of NIHM* (1982) y varios videojuegos (Maltin 1987: 353-354; Barrier 1999: 570). Su asociación con Steven Spielberg facilita la apertura de los Sullivan Bluth Studios en 1985, lo que supondría la competencia más feroz a Disney de finales de los 80 y principios de los 90, con títulos emblemáticos de largometrajes animados familiares como *An American Tail* (1986), *The Land Before Time* (1988), *All Dogs Go to Heaven* (1989), *Rock-a-Doodle* (1991), *Thumbelina* (1994), *A Troll in Central Park* (1994) y *The Pebble and the Penguin* (1995). El interés de Spielberg por la animación en esta época no sólo fue crucial para resucitar la productora de la Warner Bros. y, más tarde, en los años 90, para la creación de DreamWorks, sino que también fue clave para producir la épica colaboración entre Disney y Amblin Entertainment *Who Framed Roger Rabbit* (1988), que daría un nuevo enfoque al consumo de animación de los 90 (Neuwirth 2003: 2-4), inspirada en el tono de películas como *The Incredible Mr. Limpet* (1964), *Bedknobs and Broomsticks* (1971) o *Howard the Duck* (1986).

Como era de esperar, la compañía Disney no se quedó de brazos cruzados. Con el lanzamiento de *Oliver and Company* en 1988, Disney empezaría una dinámica que

---

<sup>17</sup> De esta época datan las películas posiblemente menos carismáticas de la compañía Disney como *The Many Adventures of Winnie the Pooh* (1977), *The Rescuers* (1977) y su secuela *The Rescuers Down Under* (1990), *The Black Cauldron* (1985) o *The Mouse Detective* (1986). Hay que decir que las películas que compitieron en el mercado infantil en Estados Unidos no destacaron tampoco por su gran calidad o impacto, por ejemplo *Raggedy Ann and Andy* (1977) o *The Brave Little Toaster* (1987), aunque estaban apuntando hacia un lavado de cara de los largometrajes animados familiares.



sólo las compañías más ricas y exitosas se pueden permitir: sacar un largometraje de animación tradicional por año (a excepción de 1993) hasta *Home on the Range* en 2004 (Ward 2002: 1-9), produciendo así clásicos modernos como *The Little Mermaid* (1989), *Beauty and the Beast* (1991), *The Lion King* (1994), *Tarzan* (1999), *Fantasia* 2000 (1999) o *Atlantis: the Lost Empire* (2001). Este renacimiento de la animación Disney se reforzó definitivamente (al menos, hasta la fecha) con la distribución de películas generadas por ordenador de Pixar Animation Studios<sup>18</sup> a partir de 1995 (Kanfer 1997: 228-231), empezando con *Toy Story* y siguiendo con una creciente lista de clásicos, y su posterior compra de la compañía informática en 2006 (nótese que John Lasseter, uno de los más reputados directores de Pixar, es ahora el jefe creativo titular de The Walt Disney Company). Con su alianza con Pixar, Disney se ha asegurado títulos de calidad bajo su rúbrica, se ha deshecho de su competencia potencial (adquiriéndola y coartándola creativamente) y también ha entrado por la puerta grande en la producción de animación por ordenador (pero con menos calidad y resonancia sin la participación de Pixar). Ahora, en la época del cambio digital, los demás estudios de animación por ordenador (DreamWorks y 20th Century Fox Entertainment, por decir las más famosas) también ofrecen títulos de una notable calidad, aunque los de Pixar son los que gozan de más reconocimiento internacional (véase Crawford 2003).

Finalmente, no se puede ignorar el papel fundamental que tuvo el anime para los largometrajes animados occidentales cuando se legalizó definitivamente su distribución internacional a finales de los 80. Ciertamente, los dibujos animados de ciencia ficción eran prácticamente inexistentes en la producción de Hollywood del siglo XX con la única excepción de algunas parodias o formatos infantiles, por lo que en occidente era muy raro encontrar ciencia ficción animada (tal vez por el prejuicio latente de que la animación no es una expresión lo suficientemente formal como para tratar rigurosamente los temas más significativos de la ciencia ficción). Se puede afirmar que a finales de los 80, aunque más especialmente a principios de los 90, animes de ciencia ficción como *Neo Tokyo* o *Akira* de Katsuhiro Ōtomo (y otros títulos como *Warriors of the Wind*, *Silent Möbius*, *Castle in the Sky* o *Revenge of the Ninja Warrior*) se dieron a conocer por los cines y televisores de todo el mundo, demostrando que la animación es perfectamente compatible con contenidos serios.

---

<sup>18</sup> Ya en 1988, Pixar ganó el Oscar al mejor cortometraje de animación por “Tin Toy”, un cortometraje generado completamente por ordenador dirigida por John Lasseter y William Reeves.



**Figura 15.** El “cyberpunk” es un derivado de la ciencia ficción que se toma el cambio científico en términos puramente pesimistas. En su vertiente narrativa muestra futuros cercanos donde los órdenes sociales y el poder se ven frustrados debido al descontrol de la cibernética, la inteligencia artificial y la globalización tecnológica. La estética del “cyberpunk” se epitomiza en los paisajes urbanos nocturnos de Tokio invadidos por el neón, el movimiento y la esquizofrenia. La franquicia *Ghost in the Shell* (1995-) es posiblemente el anime más representativo del subgénero “cyberpunk”.



Con estas películas de estética y filosofía “cyberpunk” (figura 15; véase Clute 2003: 67), el comercio de animación entre oriente y occidente se formaliza, los fans frustrados occidentales tienen más anime a su alcance y se crea toda una serie de expectativas con los dibujos animados que no tenía nada que ver con la norma de Disney. Algunas compañías han satisfecho la demanda de una animación más “seria” con títulos como *The Iron Giant* (1999), *Titan A.E.* (2000) o la saga *Bionicle* (2003-2005, 2009); incluso Disney ha abandonado excepcionalmente su estética amable por una más rebelde, en la línea del “cyberpunk”, en cintas como *Lilo & Stitch* (2002), *Treasure Planet* (2002), *Meet the Robinsons* (2007) o *WALL-E* (2008). Sin embargo, hacía tiempo que en Europa se sabía del potencial del anime, pues Japón estuvo convenientemente involucrado en la producción de animación europea para televisión, como veremos en la sección 4.4.

#### 4.3 La televisión, el entretenimiento de las masas

A pesar de que el desarrollo de la televisión se puede rastrear hasta finales del siglo XIX, nosotros partiremos desde su consolidación y comercialización como invento de entretenimiento de masas, resultado del avance tecnológico de la Segunda Guerra Mundial y de la carrera espacial durante la Guerra Fría. Así, a partir de la mitad del siglo XX, podemos decir que más o menos todos los países del mundo más desarrollados tecnológicamente ya habían conseguido introducir el televisor en sus hogares y ya estaban definiendo sus propios sistemas de emisiones nacionales.

Mientras que las mayores potencias tecnológicas como Estados Unidos, Japón o Gran Bretaña irán por delante, hay que tener en cuenta que la consecuente introducción del televisor en los hogares del resto del mundo responde a una pauta más o menos

establecida por estos países: la televisión en principio era en blanco y negro, sólo se hacían emisiones por uno o dos únicos canales públicos o nacionales y la señal no llegaba a todas las regiones (esto dependiendo de cada contexto nacional e histórico). Los avances tecnológicos que lideran las potencias mundiales establecen la línea de mejora de la experiencia televisiva: la televisión a color, la ampliación de la oferta de canales privados o la televisión por cable, por poner los ejemplos tempranos que más nos atañen. En este sentido, la globalización ha hecho que el consumo de televisión parta de un planteamiento prácticamente universal.

Aunque se puede deducir que, con la domesticación del televisor, cada país desarrolló una manera autóctona de enfrentarse al consumo de televisión, no podemos ignorar que desde el principio “[t]he United States dominates world markets for film and television programs”. Con la globalización, “[c]ountries on the receiving end of American culture fear losing their very own identities” (Feigenbaum 2007: 372, 375), lo que se traduce, en la época de la televisión, en un interés por mantener una expresión e identidad nacionales en el nuevo medio. Mientras que en Europa las regulaciones de contenido, especialmente después de que se desarrollara la tecnología para el doblaje de audiovisuales, son particularmente proteccionistas, los japoneses “have not been nearly so concerned as the Europeans about becoming 'Americanized'” (Feigenbaum 2007: 372). Esto es crucial en el género de la animación, que, como ya se ha comentado en los capítulos anteriores, no se ha podido desarrollar sólidamente como una manifestación artística propia de cada nación europea.

Ni que decir tiene que, mientras que formatos para televisión como series, películas (ambos de imagen real), noticieros, concursos, galas o tertulias pudieron ser fácilmente adaptados a cada contexto nacional fuera de Norteamérica y Japón, Europa (especialmente hasta los 50 y 60) no dispone de una industria sólida para producir animación televisada autóctona. Esto quiere decir que, al igual que ocurrió con el cine, muchos de los dibujos animados que se emitían en los primeros televisores de todo el mundo provenían del gran (y casi único) productor de animación mundial: Estados Unidos. Y, otra vez, la consideración por el género vendrá determinada por los paradigmas ideológicos de distribución de las compañías norteamericanas. Afortunadamente, como veremos más adelante, Japón estaba allí, pasando por su experiencia personal con la animación, habiéndola adaptado perfectamente a las

necesidades de su propia expresión artístico-cultural y ofreciendo a Europa la oportunidad de hacer lo mismo.

Independientemente de lo que estaba ofreciendo la televisión, hemos de tener en cuenta lo que esta supone para el consumo de audiovisuales y la distribución de sus espectadores. Hasta que no se abarata su precio, sólo las elites adineradas, diremos, de todo el mundo, tenían la oportunidad de poseer esta tecnología del entretenimiento, pues suponía una variación con imágenes de la radio. A partir de los años 50, el televisor se vuelve un electrodoméstico accesible para la clase media, surgen las emisiones ininterrumpidas y se convierte, primordialmente, en una fuente de publicidad, información y entretenimiento (audiovisual). Aunque también se podían encontrar en espacios públicos, al principio, los televisores se comercializaron para reunir la toda la familia en un espacio doméstico nuclear de información, seguridad, comodidad, diversión y, a veces, comunicación. Según la experiencia occidental, cuando tener un televisor todavía era un privilegio, este se encontraba generalmente en los espacios comunes del hogar (salas de estar, comedores, cocinas) lo que forzaba su uso en familia, si este no era estrictamente controlado y restringido por los adultos. En este sentido podríamos afirmar que ver la televisión se convirtió en una versión doméstica y más económica de ir al *nickelodeon* (en el contexto norteamericano en particular) o a los espectáculos (en un sentido más genérico).

Si esta no era la situación real de los países más desarrollados, al menos era la concepción de audiencia en que los primeros programadores pensaban a la hora de confeccionar sus parrillas de emisión. Entonces, en las mañanas de entresemana, cuando los maridos habían salido a trabajar y los niños estaban en el colegio, se emitían programas para las amas de casa; las madrugadas estaban dedicadas a contenidos para adultos y hombres;<sup>19</sup> las mañanas de los fines de semana y las tardes de entresemana se concibieron como una franja horaria que reunía a más niños delante del televisor y el resto de espacios horarios se debían compartir con toda la familia. En los 80, aunque más internacionalmente en los 90, se empiezan a dar señales de que esta concepción monolítica de las audiencias televisivas ya no es válida: la televisión por cable (por satélite, analógica o cualquier estrategia de ampliación de oferta) fragmenta la audiencia (lo que se favorece con el abaratamiento de los precios de los aparatos) y los emergentes

---

<sup>19</sup> En contextos hispanohablantes, son memorables los fragmentos de animación de 1 globo, 2 globos, 3 globos, Casimiro y la Familia Telerín que mandaba a los niños a dormir hacia las 20:00 - 21:00, dando paso a la programación adulta.

valores morales finiseculares desvalorizan el concepto de familia tradicional, lo que acaba forzando la persecución de un mercado de nicho en la televisión (Farley 2003: 149). Este cambio en la audiencia (y la reticencia de los programadores a respetarlo), originalmente constatable en los Estados Unidos y después en todo el mundo, es una de las principales causas de la espectacular explosión global de los dibujos animados a partir de los 90 y que aún está en marcha.

Durante los primeros años de las transmisiones masivas (las décadas de los 40 y 50), estas nociones de consumo televisivo no estaban muy definidas. Los primeros dibujos animados que se emitieron por esta época, la inmensa mayoría reposiciones de lo que ya se había visto en los cines, aparecieron indiscriminadamente en cualquier franja horaria de las tres cadenas principales de los Estados Unidos. El momento en que la animación llega a la televisión en Estados Unidos supone un cambio en el ritual de su consumo: mientras que en el cine era un material adicional con el que el espectador se podía topar cuando iba a ver una película, en la televisión la animación solía llenar un espacio de media hora (o más) que requería el interés genuino del espectador para su perpetuidad. Desde 1954, *Disneyland* –un programa conducido por Walt Disney que ofrecía materiales nuevos y antiguos de la biblioteca de sus estudios– se convirtió en el único espacio televisivo con contenidos infantiles o familiares (animación incluida) en permanecer en horario de sobremesa nocturna hasta su cancelación en 2008. Es cierto que, desde sus orígenes, los materiales audiovisuales de Disney se han orientado al consumo familiar y tienen una calidad excepcional (comparado con el resto de oferta), lo que les ha asegurado un lugar privilegiado en la parrilla televisiva desde siempre. En cambio, los dibujos animados que provenían de estudios como la Warner Bros. o la MGM necesitaron ser dramáticamente sindicados para su transmisión en televisión, pues muchos de sus contenidos, considerados racistas, violentos u ofensivos en general, no eran adecuados para las políticas de emisión de las primeras cadenas (especialmente si tenemos en cuenta que los niños tienen un acceso a los contenidos televisivos más libre que a los del cine).

Como ya habíamos avanzado, la UPA fue clave para la transición del cine a la televisión. Hacer animación cuando los miembros de la UPA abandonaron los estudios Disney y luego fundaron sus propios estudios no era un negocio barato. En consecuencia, la UPA hubo de buscar estrategias para conseguir abaratar la producción de sus dibujos animados, lo que conllevó el nacimiento de la “animación limitada”,



**Figura 16.** Hoja de diseños de algunos personajes de *Top Cat* (1961-1962) de Hanna-Barbera. Nótese cómo el diseño de los personajes está dividido en secciones, de tal modo, que se pueden animar sin que afecte al resto del dibujo.

imprescindible para la supervivencia de la animación en la era televisiva. La “animación limitada” abogaba por economizar los esfuerzos en la animación utilizando ciclos de movimiento y fondos repetidos. Incluso los personajes se animan en porciones, por lo que, por ejemplo, para hacer hablar a un personaje sólo se necesitaba modificar la celda donde estaba dibujada la boca, en vez del personaje entero (figura 16). Como esto coartaba tremendamente la actuación de los personajes, consecuentemente, se tuvo que poner más énfasis en los aspectos auditivos (diálogo, efectos de sonido y música) para compensar esta perceptible pérdida de calidad en la animación en general. Esto permitió que las entregas de dibujos animados, para encajar en espacios de media hora, aumentaran su media de duración de 10 a 20 minutos –en lugar de los 7 minutos, que era la media habitual de los cortometrajes animados para el cine. Estas técnicas de animación, que mantuvieron a flote la UPA en la industria de la animación para el cine, luego fueron de un valor incalculable para producir dibujos animados para la televisión, medio que contaba con menores recursos presupuestarios (Maltin 1987: 344; Barrier 1999: 517; Wells 2002: 78).

Excepto Disney, todos los demás estudios que compitieron en la animación televisada se vieron obligados a usar “animación limitada”: la UPA terminó *Gerald McBoing-Boing* y *Mr. Magoo* en la televisión a finales de los años 50, series que se habían concebido para las salas de cine, y la asociación Hanna-Barbera nace del cierre



de los estudios de la MGM para dedicarse a la animación exclusivamente para la televisión –creando una batería de series con personajes que aún hoy son especialmente recordados, entre las que cabe destacar *The Ruff and Reddy Show* (1957-1964), *The Huckleberry Hound Show* (1958-1962), *Pixie and Dixie and Mr. Jinks* (1958-1962), *The Quick and Draw McGraw Show* (1959-1962), *Hokey Wolf* (1960-1961), *The Yogi Bear Show* (1961), *Wally Gator* (1962-1963), *The Magilla Gorilla Show* (1963-1967) o *The Atom Ant/Secret Squirrel Show* (1965-1967). De cualquier modo, estos dibujos animados de Hanna-Barbera –que, de alguna manera, se convirtieron en los Walt Disney para la “animación limitada” de la televisión–, la escasa competencia que les surgió –destacan *Crusader Rabbit* (1949-1959), *The Rocky and Bullwinkle Show* (1959-1961), *Underdog* (1964-1973) y *The Beatles* (1965-1969)–, así como las antologías de los cortometrajes que se emitieron originalmente en el cine, acabaron en la franja horaria de las mañanas de los fines de semana (véase Mittell 2003: 33-54).

Esto se debió a la gradual definición de los nichos de audiencia que los ejecutivos de la televisión concibieron para cada franja horaria de la parrilla televisiva durante la década de los 60 (explicada más arriba). En la televisión, el horario de máxima audiencia, el *primetime* anglosajón (la hora que, según las estadísticas, hay más público delante de los televisores), se establece según las particularidades de cada contexto nacional e histórico y quiere ofrecer materiales para todos los públicos (niños, adultos, ancianos, hombres, mujeres). Encontrar la animación en este espacio de la parrilla televisiva presupone automáticamente una aceptación general hacia el género, especialmente después del exilio a las mañanas de fin de semana que aún sufre en muchos países (Farley 2003: 148-149). Por eso no podemos empezar a hablar de una tolerancia generalizada hacia la animación hasta los años 90, con *The Simpsons*, cuando la animación se establece definitivamente en el horario de máxima audiencia de los televisores de, sin exagerar, el mundo entero. Sin embargo, en los 60 encontramos un precedente que marcaría la pauta para esta consecuente aceptación: *The Flintstones*. A continuación, pasaremos a considerar una serie de factores que hizo que la serie *The Flintstones* tuviera una popular acogida en el *primetime* estadounidense y supusiera un avance hacia la reconsideración global del género, en la que el anime juega un papel fundamental.

En los años 50, la animación parecía haberse estancado: todos los cortos eran variaciones del saturado patrón narrativo del “gato y el ratón” (Wells 2003: 16). Incluso



las primeras series de televisión de “animación limitada” parecían una forzada extensión de esta fórmula argumental, por lo que se llevaron la peor crítica de la época (Mittell 2003: 42). Por otro lado, el anime (que empezaba a ser visible por occidente) sugería que la animación televisada podía soportar el formato de serial, con una trama argumental que se desarrolla y crece en cada capítulo, en lugar de las series de episodios modulares en las que se había especializado la producción de animación norteamericana (véase Douglas 2007: 8-11). Como cabe esperar, esto fue posible porque la producción de anime contaba con todos esos “storyboards” que eran los mangas, mientras que el material de la animación televisada estadounidense se concebía sin más inspiración que el pasado nacional del género.

Además, el anime serializado heredaba el tratamiento de sus contenidos derivados de la sensibilidad artística nipona de posguerra. Redundando en lo que ya se ha expuesto en el capítulo anterior, los bombardeos atómicos<sup>20</sup> provocaron, en los productos artísticos japoneses, una explosión de contenidos de ciencia ficción (para definir su superioridad tecnológica) y fantasía (para reafirmarse en su tradición folklórica) que revelaban constantemente la vulnerabilidad del ser humano (Kelts 2007: 37).

Por ello, primero los mangas retratan personas sufriendo, hiriéndose e incluso muriéndose, lo que luego se percibe en el pensamiento occidental como unos contenidos excesivamente dramatizados para la animación –un género que va dirigido a niños y que no ha conseguido acercarse a este tratamiento de contenidos en el contexto estadounidense (Wells 2003: 27). Es más, el anime también tuvo un tratamiento de la temporalidad humana más verosímil, pues los personajes más famosos de la animación estadounidense, “animals who behave like people”, se habían vuelto *inmortales* (Kanfer 1997: 43). Esto se debió, al menos en parte, a que los mangakas que publicaban sus obras en las revistas *pulp* japonesas, cada mes o semana, habían de tener material nuevo para las historias que se desarrollaban en ellas. El autor, lógicamente, toma conciencia de la temporalidad de sus historias; le resulta más fácil controlar la fisonomía de sus personajes si sabe que, por ejemplo, en el capítulo 54 hará un año desde que ha empezado la ficción y tiene que mostrar una evolución física consecuente en sus diseños. Si la historia tiene que tener una elipsis temporal de tres años, por poner otro

---

<sup>20</sup> Estudiosos en el tema, como Ronald Kelts (2007: 37), argumentan que, en el plano artístico, el impacto de los bombardeos atómicos provocó en Japón la misma reacción que tuvieron los ataques terroristas del 11 de septiembre del 2001 en los Estados Unidos de América.

ejemplo, el autor rediseñará los personajes para que aparenten tres años más de edad al reemprender la narrativa.

Esta firme representación verosímil de la realidad y temporalidad, primero en el manga y consecuentemente en el anime, junto al respetuoso, aunque crudo, tratamiento de la muerte (Kelts 2007: 40), se ve en occidente como un material no apto del todo para los dibujos animados, pero, sobre todo, como una perfecta recopilación de características de otros géneros canalizadas cadenciosamente en un producto de animación. En otras palabras, el anime apuntaba hacia donde se tenía que dirigir la animación occidental para poder llegar a madurar. No olvidemos que tanto el manga como el anime se habían especializado en nichos de lectores y audiencias incluso antes de la época comercial de cada medio. En los Estados Unidos, en cambio, la animación encuentra una expresión propia de vanguardia forjada en la primera mitad del siglo XX que prioriza de modo distintivo la metaficción, las persecuciones, los números musicales, la exageración, la absurdidad, la pantomima, la fragmentación y la violencia. Esto es lo que condenó a la animación a un consumo primordialmente infantil: mientras que los cortos que iban delante de (o entre) las películas en los cines tenían elementos que pudieran deleitar a las audiencias de todas las edades que habían pagado por ellas, los que llegaron a, y se hicieron para, televisión se trataron según los preceptos discursivos de Disney en la animación, quedando así confinados a las franjas horarias infantiles.

En este contexto, pues, *The Flintstones* (1960-1966), de Hanna-Barbera, es la primera serie animada norteamericana que se atreve a acudir a los medios de otros géneros, como la comedia de situación (*sitcom*), y adaptarlos eficazmente a los dibujos animados. Además, la *sitcom* es un género televisivo que ha priorizado el humor verbal por encima de la bufonada (Smith 1999: 21-24), lo que la “animación limitada” estimula. Así, *The Flintstones* resulta el primer ejemplo eficaz de una serie animada con una doble articulación consciente (para un nicho dual familiar en *primetime*), que consigue permanecer en horario de máxima audiencia por un tiempo récord de seis años (Hilton-Morrow y McMahan 2003: 75-77). Es también la primera producción animada en renunciar a gran parte de la plasticidad y metaficción que caracterizaba la animación temprana para añadir características de otros géneros (Farley 2003: 147-162). Mientras el público infantil se deleitaba con la ambientación anacrónica de una Norteamérica cavernícola, la banda sonora acusadamente infantil o los burdos diseños de los

personajes, los adultos podían ver reflexiones más abstrusas en la maternidad de Wilma, la esterilidad de Betty o la camaradería entre Fred y Barney, por poner unos pocos ejemplos.

La animación norteamericana televisada en los 60 mostró que era capaz de atraer a los adultos, pero algo no acabó de cuajar en el “mainstream”. Hanna-Barbera también intentó colocar en horario de máxima audiencia otras series que, por su género (ciencia ficción), parecía que podrían interesar tanto a niños como a mayores. Pero *The Jetsons* o *The Adventures of Jonny Quest* apenas estuvieron una temporada en *primetime*, pasando en la siguiente al horario infantil de los fines de semana antes de ser canceladas. Otros formatos antológicos, en especial *The Bugs Bunny Show* desde 1960 hasta 1962, intentaron colarse en el *primetime* americano para ofrecer los cortometrajes animados de los cines a una nueva audiencia (amén de la audiencia ya crecida que vio por primera vez estos dibujos en la primera mitad del siglo XX). Incluso *Astroboy* y *Speed Racer* compartieron *primetime* con *The Flintstones*, pero pasaron enseguida a las mañanas de los sábados.

Mientras Japón da con animes televisivos que deleitan a sus audiencias adultas originales, los Estados Unidos fueron incapaces de producir animación de calidad para adultos: *The Jetsons* y *Jonny Quest* caen en las fórmulas infantiles y las audiencias estadounidenses no llegaron a entender las desconcertantes ediciones de los dibujos animados japoneses que llegaron en los 60 (véase Hendershot 1998: 13-34). Esto se ve claro en el trato que sufrieron en Estados Unidos animes como *Astroboy* y *Speed Racer*, que se retiraron del *primetime* de los 60 por sus contenidos de acción (que podían llamar más la atención a los jóvenes), y luego con series como *Devilman* (1972), *Mazinger Z* (1972) y *Cutey Honey* (1973), cuya emisión fue eventualmente retirada debido a las protestas de asociaciones de padres que alegaban altas dosis de contenidos violentos y sexuales (nótese que estas pautas se van a seguir en muchos de los demás países del mundo cuando deciden emitir estas series).

Para las décadas de los 70 y 80, en el contexto occidental, sólo podemos argumentar que el gusto por la animación adulta se estaba confeccionando en espacios más marginados –en producciones independientes, exportadas y de contrabando. Parece adecuado pensar que, cuando llega el anime ilegalmente a Estados Unidos, son los mismos universitarios, y luego fans, los que fuerzan una experiencia educativa para el consumo de animación japonesa sin editar. Aquí se empieza a forjar un gusto por la

animación que va más allá del visionado pasivo de las poco edificantes fórmulas absurdas que todavía resisten en la animación televisada de los Estados Unidos. Ciertamente, hasta que no reaparece en occidente la animación en *primetime* con *The Simpsons*, de Matt Groening, a partir de la navidad de 1989, no se empieza a apreciar a la potencial audiencia adulta dispuesta a consumir estos productos si se orientan bien hacia ella. Así ocurrió en los 90. Veamos con qué vertientes la industria estadounidense ha empezado a comercializar la animación a los adultos, destruyendo definitivamente la monolítica concepción occidental de Disney sobre los dibujos animados.

Realmente, *The Simpsons* supuso la continuación del trabajo que *The Flintstones* había empezado 25 años atrás, pero, a diferencia del resto de dibujos animados de Hanna-Barbera, que desembocaron irremediablemente en las mañanas de fin de semana, la serie de Matt Groening supo adaptarse a los nuevos tiempos para dar con un producto de animación de calidad (Hilton-Morrow y McMahan 2003: 77-82). El estado de paranoia finisecular y milenarista forzó una ansiedad artística que retrató la década de los 90 como un periodo particularmente cambiante y decadente en occidente. El ámbito subcultural de los 90 cuenta con emblemáticos hitos que responden a estas inquietudes milenaristas: el “cyberpunk”, el *grunge*, *punk* y *Britpop*, lo que en nuestro ámbito podríamos denominar la subcultura “fiki” (derivada de una mayor presencia del arte popular nipón en occidente), el “New Age”, la “celebrity culture”, la ficción catastrofista, lo que en algunos ámbitos se ha denominado “la tercera ola feminista”, una creciente aceptación de la homosexualidad, la creación y expansión de Internet y las ciencias de la información, etc. Hay que tener en cuenta que la globalización ayudó notablemente a una fácil dispersión de estas ideologías gracias a la rápida distribución de los productos culturales que generaban (lo que se acentuaría a finales de los 90 con la domesticación de Internet). A la luz de estos datos, podría argumentarse que los años 90 comenzaron a cambiar la mismísima concepción de la civilización occidental como producto del conservadurismo cristiano, hacia una visión más decadente, pesimista, más alejada de los discursos religiosos, pero también más tolerante, abierta y, a veces, optimista.

En este sentido, y tal y como nosotros lo vemos, los dibujos animados que supieron reflejar este espíritu, que huía de las normas estéticas y morales del modernismo, fueron los que convirtieron la animación en un soporte digno para sublimar los miedos y ansiedades adultos de los 90. *The Simpsons* convierte la acidez de

los dibujos animados de la Warner Bros., la irreverencia e ingenio de *Rocky and Bullwinkle* y el desconcertante costumbrismo de *The Flintstones* en la serie de animación más rentable de todos los tiempos (Turner 2004: 44). No obstante, este segundo estandarte de la animación en *primetime* mantuvo una identidad genuinamente norteamericana a pesar de las reformulaciones que la animación japonesa estaba imponiendo sobre el género en el ámbito internacional. De hecho, desde finales de los años 70, algunas productoras asiáticas (especialmente japonesas, coreanas y taiwanesas) empezaron a trabajar para los estudios de animación de Estados Unidos, por lo que muchas series estadounidenses fueron animadas en el lejano oriente (Wells 2002: 4). A pesar de esto, y la influencia en general que el anime ejercía en occidente, *The Simpsons* consigue forjarse una identidad madura sustentada en el pasado de la animación televisada estadounidense.

Argumentalmente, *The Simpsons* es una serie que representa satíricamente los problemas más comunes de una familia disfuncional norteamericana. Esta premisa, aunque parece que se adscribe a la tradición de dibujos animados con familias como protagonistas y, por tanto, perpetúan el ideal conservador de la familia norteamericana perfecta, supuso una revolución en cuanto a lo que las audiencias esperaban ver representado en la animación. La estupidez de Homer, la capacidad de superación de Marge, la rebeldía de Bart, el intelectualismo de Lisa, así como la falta de atención por parte de los padres hacia Maggie, eran tan sólo algunas características que no coincidían con el prototipo ideal de familia que los discursos hegemónicos en los Estados Unidos habían definido desde que el país se convirtió en la primera potencia mundial (las parejas protagonistas recién casadas de *The Flintstones* acabaron convirtiéndose en este preciso modelo de familia ideal estadounidense). Aunque *The Simpson* no presentaba el prototipo más ideal de familia, al menos proponía una alternativa que sólo podría haber emergido de los moldes ideológicos estadounidenses.

Al igual que *The Flintstones*, *The Simpsons* ofrece retratos sardónicos de la clase obrera norteamericana, la audiencia ideal a la que se había orientado comercialmente esta serie. Pero si algo tiene de genuinamente estadounidense *The Simpsons* es toda esa (auto-)referencialidad al mundo de la televisión y animación nacionales, necesaria para una mayor comprensión de la serie (Doherty 1999). Cuando menos, esto se puede interpretar como un reflejo de la cultura televisiva, en versión estadounidense, que se ha desarrollado alrededor de esta invención para el consumo y entretenimiento de masas.

Como colofón de esta endogamia referencial, la familia Simpson y sus conocidos, al igual que los demás personajes de los demás dibujos animados estadounidenses, no envejecen, a diferencia de la tendencia que había popularizado internacionalmente el anime con *Captain Tsubasa*, *Saint Seiya* o *Dragon Ball*. Y si hay un motivo definitivo detrás de esta decisión, este parece ser puramente comercial: rediseñar en cada temporada los personajes hacia un modelo más viejo supondría un gasto adicional para los productores que no se pueden permitir o quieren evitar por cuestiones presupuestarias (no olvidemos que la animación televisada estadounidense, aun hoy, en la época digital, sigue las restricciones de la “animación limitada”).

Chris Turner (2004) argumenta que *The Simpsons*, desde entonces, ha generado dos líneas de respuesta en la animación serializada de un tono más adulto: una que llama “derivativos mecánicos” –entre los títulos más famosos, *Capitol Critters*, *Fish Police*, *Family Dog*, *The Critic*, *The PJs*, *Family Guy*, *American Dad!*, *The Cleveland Show* y *Bob’s Burgers*– y la otra “genuinas innovaciones”, mucho más transgresora (51) –a destacar *The Ren and Stimpy Show*, *Beavis and Butthead*, *King of the Hill*, *South Park*, *Futurama*, *SpongeBob SquarePants*, *Drawn Together* y *Ugly Americans*. Esta línea de “genuinas innovaciones”, no obstante, hay que ligarla pertinentemente a la tradición de animación cinematográfica independiente occidental, epitomizada por Ralph Bakshi. Realmente, cadenas de televisión emergentes como MTV y Comedy Central han tenido el mismo papel que las distribuidoras de largometrajes animados independientes al querer comercializar un producto de dibujos animados dirigido específicamente a los adultos (*Fritz the Cat* se comercializó con el eslogan “We’re not rated X for nothin’, baby!”), figura 14). Merecen una mención especial los cortometrajes de “Jesus vs. Frosty” (1992) y “The Spirit of Christmas” (1995) de Trey Parker y Matt Stone (producciones que fueron distribuidas de forma amateur en cintas VHS entre diferentes personajes famosos e influyentes en el mundo de los audiovisuales y que, con perspectiva, podrían considerarse como los episodios pilotos para la serie *South Park*) como puente que permitió que la animación transgresora llegara a las pantallas de los televisores de los Estados Unidos y después del resto del mundo globalizado.

Así pues, estas “genuinas innovaciones” derivadas de *The Simpsons* están en espacios televisivos frecuentemente catalogados como TV-PG, TV-14 o TV-MA (catalogaciones de la televisión norteamericana que recomiendan que los programas se vean bajo la supervisión de un adulto o sólo por audiencias maduras, figura 17). No





Figura 17. En el episodio “Treehouse of Horror VIII” (1997) de *The Simpsons*, usando estrategias metaficticiales, un censor de la Fox revisa el guión del episodio para que sea apto para todos los públicos. El mismo cartel (TV-G) empieza a apuñalar el censor y este mismo va subiendo la edad recomendable de los espectadores así como aumenta su violencia, llegando finalmente a la catalogación inventada de TV-666. Como podemos ver en esta sátira, la violencia es clave para que los ejecutivos de la televisión norteamericana consideren un programa animado para niños o no.

podemos negar que esta línea de animación independiente, transgresora y políticamente comprometida, ha generado toda una producción de animación para adultos alrededor del mundo, desafiando así la hegemonía concepción del género por Disney. De esta última tendencia global, encontramos títulos representativos tanto para el cine como para la televisión: *Kevin Spencer* (Canadá, 1999-2005), *bro'Town* (Nueva Zelanda, 2004-2009), *La crisis carnívora* (España, 2008) o *Vals Im Bashir* (Israel, 2008). Finalmente, hay que reconocer que, gracias a esta línea de animación que intenta hacer productos orientados a los adultos, se da una gran experimentación que va más allá de la animación tradicional de acetato, creando así nuevas estéticas que se alejan completamente de la norma de Disney.

#### 4.3 Japón y su aventura por Europa

Sería totalmente injusto tratar de esbozar una historia general de la animación y terminar con el cambio de perspectiva que se originó en el género por la aparición de dibujos animados transgresores o en *primetime* en Estados Unidos, asumiendo que después se darían a conocer (y, por tanto, influenciarían) al resto del mundo globalizado. Mientras que Europa no ha supuesto una gran amenaza a la industria cinematográfica de animación de los Estados Unidos (al menos, hasta la década de los 60), en la era de la televisión, se consigue definir una industria de animación europea

(principalmente para televisión) con unas convenientes colaboraciones internacionales. No podemos negar que muchos países europeos empezaron a producir animación sustentada por la industria televisiva y produjeron emblemáticos títulos para cada tradición nacional, como por ejemplo *Dappere Dodo* (Holanda, 1955-1964), *Krtek* (Checoslovaquia, 1957-1966), *Unser Sandmännchen* (Alemania, 1959-), *Pingwings* (Reino Unido, 1961-1964), *Bolek i Lolek* (Polonia, 1963-1986), *Daithi Lacha* (Irlanda, 1963-1965), *Mortadelo y Filemón* (España, 1965-1970), *Bamse* (Suecia, 1966-1981), *Colargol* (Francia, 1967-1974), *Quaq Quao* (Italia, 1978-1979) o *Pingu* (Suiza, 1986). Pero, a falta de una distribuidora poderosa detrás, estos títulos apenas tuvieron trascendencia más allá de sus fronteras nacionales o lingüísticas.

Definitivamente, si las cadenas de televisión europeas querían llenar más espacios de la parrilla con animación, especialmente en los años 60, 70 y principios de los 80, tenían que comprarla principalmente a los Estados Unidos y de allí sólo se vendía la animación que se hacía para las mañanas de los fines de semana –a excepción de *The Flintstones*, aunque no se emitiera en *primetime* fuera de América. La mayoría de estos dibujos animados llevaban el sello de Hanna-Barbera y habían estado inspirados en aquellos seriales nipones que adaptaban las tiras cómicas o que exploraban narrativas de “universos expandidos”<sup>21</sup> (que tan rentables son para las franquicias de anime): *Wacky Races* (1968-1969), *Scooby-Doo, Where Are You!* (1969-1970), *The New Adventures of Superman* (1969-1970), *The Pebbles and Bamm-Bamm Show* (1972-1973), *Wait Till Your Father Gets Home* (1972-1974), *Yogi’s Gang* (1973), *Captain Caveman and the Teen Angels* (1977-1980), *Casper and the Angels* (1979-1980), *The Incredible Hulk* (1982-1983), *The Flintstone Kids* (1986-1988), y un larguísimo etcétera.

Sólo Japón ofreció una oferta diferente de la estadounidense, pero los dibujos animados que ofrecía tenían que ser drásticamente editados para que se ajustaran a los patrones narrativos occidentales y reducir la violencia y contenidos sexuales (véase Cooper-Chen 2010: 85-101, 119-141). Las primeras emisiones de anime en Europa a partir de los 70 estuvieron tan adulteradas como en Estados Unidos, especialmente las series más problemáticas antes citadas basadas en el *shōnen*. Japón también exportó series como *Rupan sansei* (1971-1972, 1977-1980 y 1984-1985), *Arupusu no shōjo*

---

<sup>21</sup> Etiqueta usada para referirse a todas las narrativas adicionales que se hacen sobre un texto en concreto, encargadas de dar más información oficial o no oficial de la ficción (Clute 2003: 64-65).

*Haiji* (1974), *Haha o tazunete sanzenri* (1976), *Candy Candy* (1976-1979), *Akage no An* (1979), *Tomu Sōyā no bōken* (1980), *Ai shōjo Porianna monogatari* (1986) o *Janguru bukku shōnen Mōguri* (1989), que contenían argumentos basados en obras de la literatura occidental o ambientadas en una Europa de época. En primer lugar, esto muestra un incondicional interés y admiración hacia la historia y literatura occidentales por parte de Japón. Pero más efectivamente esto responde a estrategias de comercialización del anime (Cooper-Chen 2010: 20-22). Habiendo eliminado todo aquello que resulta extraño del contexto nipón (ya sea del escenario o de las mismas estrategias narrativas), este anime es más propicio a su venta a occidente. Pero, como ya se ha sugerido anteriormente, la compra de estos materiales extranjeros no se hacía de forma indiscriminada, pues muchos países europeos tenían políticas proteccionistas para la emisión de audiovisuales y estimularon la producción nacional –de ahí que muchas de las series animadas europeas antes citadas hayan sido tan longevas.

En 1974, Japón se había apropiado de un popular personaje de animación de unos anuncios de detergente italiano de los 60 y lo había convertido en el protagonista de una serie que tuvo una gran acogida en Italia: *Calimero* (1974-1975). A partir de la mitad de los años 70, Japón empezó a coproducir dibujos animados con las potencias más notables de Europa, después de haber encajado la negativa de los estudios de Hollywood, lo que derivaría en una producción de animación aún emblemática. Empezaría aliándose con Alemania y ambos darían con títulos tan memorables como *Wickie und die starken Männer* (1974-1975), *Die Biene Maja* (1975-1976), *Puschel das Eichhorn* (1979) y *Alice im Wunderland* (1983-1984). Después con España, creando títulos como *Don Quijote* (1979), *El pequeño Cid* (1980), *D'Artacan y los tres mosqueperros* (1981), *La vuelta al mundo de Willy Fog* (1983) y *David el gnomo* (1985). Finalmente, Japón también animó para Francia series como *Ulysses 31* (1981-1982), *Les Mystérieuses Cités d'or* (1982) y *M.A.S.K.* (1985-1986).

La influencia asiática en la producción de animación de finales de los 70 y principios de los 80 sería crucial en cuanto ayudó a superar los temores de que la globalización acabaría americanizando el arte de Europa: los estudios japoneses proponen animar materiales provenientes de sus mismas tradiciones literarias y folklóricas europeas y modernizarlas –al igual que ya habían hecho en su país de origen (véase capítulo anterior). Posiblemente, el exponente máximo de esta tendencia son los *Videocuentos infantiles* que la editorial hispano-italiana Planeta DeAgostini

comercializó a finales de los 80 y principios de los 90. Incluso los Estados Unidos estarían interesados en buscar el apoyo de productoras japonesas de animación, creando las dinámicas de producción de dibujos animados tradicionales en América y series emblemáticas de los 80: *Godzilla* (1978-1981), *Battle of the Planets* (1978), *The Transformers* (1984-1988), *Thundercats* (1985-1990), *G-Force* (1986), *Robotech* (1986) y *Teenage Mutant Ninja Turtles* (1987-1996).

Lejos de quedarse aquí, estas alianzas estimulan otras colaboraciones entre otros países para la producción de dibujos animados, siendo, probablemente, los exponentes máximos *Heathcliff* (1984-1988, una serie producida por una coalición de estudios estadounidenses, canadienses, franceses y japoneses) y más notablemente *Inspector Gadget* (1983-1986, que aparte de los demás, también reunió a la industria taiwanesa). Otras famosas colaboraciones en la animación, sin contar con Japón, se encuentran en la franquicia educativa *Il était une fois...* o las compañías BRB International, D'Ocon Films, Atkinson Film-Arts, SEPP International S.A., Ellipse Programmé Nelvana y Yoram Gross Films (Quesada y García 2008: 35-39). No conviene olvidar, sin embargo, que todas estas producciones estaban mayoritariamente dirigidas a un público infantil y que la animación genuinamente para adultos viene principalmente de Estados Unidos. Así, la animación global está dominada por los productos de países como Estados Unidos, Japón y Gran Bretaña y sólo cuando el mercado globalizado lo permite y oriente les abre los ojos, otros países compiten esporádicamente con estos tres líderes en el campo de la animación. Éste es el caso especialmente de países como Francia, Canadá y España.

No es de extrañar, pues, en la época en la que vivimos, que los mejores animadores del mundo no sean exclusivamente estadounidenses o japoneses. Tampoco podemos negar que, gracias a la distribución inmediata de materiales audiovisuales que ofrece, Internet está también facilitando el acceso mundial a la animación y que la producción más remota y desconocida puede ser tan influyente como aquella respaldada por las principales fuerzas globalizadoras. Aunque Europa parece no haberle dado a la producción de la animación la “seriedad” necesaria para convertirse definitivamente en un producto de consumo para el público adulto, al menos ha originado una industria altamente profesional de creación de materiales para el medio, extendiendo así estas manifestaciones tradicionales y culturales de una manera parecida a Japón.

Como puntualización final, cabe resaltar que la historia de la animación pincelada a lo largo de los tres últimos capítulos de este trabajo no pretende ser para nada exhaustiva. En ella se relata más bien los eventos más importantes de relevancia histórica y cultural que han definido tanto la producción como consumo en sus contextos originales y su potencial tratamiento en contextos internacionales y transnacionales. Así, se puede valorar el fenómeno de la animación entendido como un arte global que, aunque se concibe en unos países concretos reflejando una ideología subyacente, pronto se democratizará visualizando múltiples perspectivas y actitudes sobre el entretenimiento, los productos populares y la cultura en general.

No olvidemos que la circulación de productos culturales ha conllevado, dentro del mundo académico, un replanteamiento de las tradicionales identidades nacionales, apostando por concepciones más dinámicas, fluidas –lo que Prieto (en prensa: 7) denomina “identidades complejas, híbridas o bidimensionales”– no sólo por la exposición a estos productos extranjeros, sino también por la confección de estos productos con vista a su posterior exportación.

El fenómeno global en que se ha convertido la animación no se puede ignorar fácilmente, pues niños de hoy en día son capaces de reconocer el peinado de Blancanieves (de los años 30) y jamás se les ocurriría asociar “Kamehameha” con el nombre de un emperador hawaiano. Por no hablar de cómo *The Simpsons*, en la calle, se ha convertido en el referente prácticamente universal de ejemplos de la conducta cínica de la “decadente” sociedad estadounidense. Conviene, pues, acercarse a la animación de manera crítica, como producto (socio)cultural que es, para entender el contexto que la ha formado y analizar la relevancia (que no es poca) que tiene en las sociedades actuales, tanto para las audiencias infantiles como para las adultas, como veremos en el siguiente capítulo.

## Capítulo 5. Nuevas perspectivas globales del consumo de la animación

We *know* that they are... drawings, and not living beings.  
We *know* that they are projections of drawings on a screen.  
We *know* that they are... ‘miracles’ and tricks of technology,  
that such beings don’t really exist.  
But at the same time  
We *sense* them as alive.  
We *sense* them as moving.  
We *sense* them as existing and even thinking.

–Sergei Eisenstein

### 5.1 Introducción

En este último capítulo se hará un repaso a la configuración de las audiencias a la hora de consumir animación, primero en el cine y después en la televisión, para valorar lo que esto supone en un contexto sociocultural globalizado. Para ello, recuperaremos algunas ideas que se han vertido a lo largo de este estudio y profundizaremos un poco más en aspectos que revelen las nuevas actitudes sociales hacia el consumo de la animación, el cambio sociocultural que implican y, por tanto, la persistente tensión entre las formas de la “alta” y “baja” cultura (Prieto y Trapero 2010). Este capítulo tiene pretensiones de universalidad, aunque no podremos evitar referirnos a situaciones aplicables sólo a occidente, y a veces únicamente a los Estados Unidos de América. Con el fin de evitar generalizaciones inadecuadas, ignoraremos la apreciación de la animación en Japón (representante del constructo occidental de “oriente”, en muchos sentidos), pues se desprende de lo anteriormente relatado en este estudio que esta forma artística siempre ha tenido aceptación dentro de la clasificación canónica de la cultura y las artes y su consumo no ha generado allí, por tanto, las tensiones que en América y Europa han colocado este arte en una posición desaventajada culturalmente. Así queremos completar esta panorámica que pretende contextualizar el fenómeno de la animación dentro de los sistemas comunicativos de la cultura y el arte.



## 5.2 El canon de consumo de animación de Disney

Hablar del perfil de los consumidores de materiales audiovisuales es un asunto delicado, por lo que tendremos que acercarnos a este tema con cautela. Es cierto que en la época en la que vivimos, el consumo de estos materiales culturales puede ser fácilmente controlado; basta ir a los registros y comprobar las facturas de negocios o cines para saber cuántos libros o cuántas entradas se han comprado, lo que será clave para establecer cuando estos materiales son o han sido un “superventas” (*bestseller*) o un “taquillazo” (*blockbuster*).

Cierta precaución es aconsejable en el caso del análisis del consumo de literatura: un número determinado de compradores de literatura normalmente no asegura un número determinado de lectores. Sin embargo, con el consumo de materiales audiovisuales esta posibilidad no parece tan tendenciosa. Mientras que la lectura de literatura se puede procrastinar indefinidamente, por no decir para siempre (anulando el circuito comunicativo literario), con el visionado de audiovisuales en el cine, que requiere una inversión intelectual y creativa menos laboriosa, se presupone que generalmente el consumo artístico se suele completar satisfactoriamente.

Algo parecido pasa con el visionado de materiales audiovisuales en el campo de la televisión. Los recuentos de audiencias y *shares* calculan un porcentaje estocástico de televisores encendidos que reciben la señal de cada cadena, lo que no asegura que haya ninguno, uno o más de un espectador consumiendo ningún producto determinado. Por otro lado, la venta de materiales audiovisuales en formato vídeo, DVD o Blu-ray tampoco asegura un número concreto de espectadores que disfruten del producto artístico. Finalmente, hay que tener en cuenta que la era de Internet también ha alterado estos resultados, aunque en la red sea más fácil controlar el número total de descargas de un producto audiovisual. Una vez más, sin embargo, esto tampoco se ha de tomar como un indicador exacto del número de consumidores reales del medio. A pesar de esto, es interesante tener en cuenta que las descargas de un producto audiovisual pueden influir en su posible continuidad en la televisión –como pasó con *Family Guy* y *Futurama*–, por lo que hoy en día no debemos ignorar el potencial de Internet (y las nuevas tecnologías) para definir las audiencias de estos materiales.

Independientemente de la imposibilidad de establecer el número exacto de los consumidores reales de los materiales audiovisuales, la configuración de estas audiencias dependerá en cómo los productores orientan este material y de la

disponibilidad de sus creaciones en espacios de consumo. Con la animación, es más fácil seguir históricamente el perfil de su audiencia, pues los espacios de consumo en los que se ha manifestado han sido muy específicos. En occidente, la animación se plantea como un entretenimiento para las clases altas, pues en el siglo XIX sólo estaba disponible en pequeños aparatos de lujo (como los mencionados en 2.2). Estos aparatos se acabaron sofisticando y salieron de las clases aristocráticas como un entretenimiento de masas: el cine. Aunque primeramente este tipo de pasatiempo, el cine, se haya planteado como un espectáculo para distraer a la clase obrera, no ignoremos que otros estamentos sociales también tienen acceso a esta variación de entretenimiento.

La presencia de los *nickelodeones* en el contexto norteamericano supone una transición de audiencias y el cambio de orientación de los espectáculos. En el vodevil, sólo unos cuantos adultos pudieron ver las filmaciones de animación de los actores de *talk-chalk*, al igual que los aristócratas que disfrutaron de las animaciones individualizadas decimonónicas que ofrecieron las invenciones de la época.

El *nickelodeon* fue un espacio de entretenimiento que priorizó la proyección de audiovisuales sobre las actuaciones en vivo. Estaba abierto desde las 8 de la mañana hasta medianoche y los espectadores podían entrar en cualquier momento a disfrutar de las proyecciones pagando los cinco centavos que costaba la entrada. Lightner, en su momento, comentó que el *nickelodeon* fue de gran popularidad debido a la novedad de las imágenes en movimiento (aunque el sonido se añadía aparte) y que “[n]ot only did it attract the young million, but the million of the grownups as well” (Lightner 1919). Los *nickelodeones* se repartieron por todos los rincones de las ciudades, por lo que podemos asumir que un gran número de personas (de ambientes urbanos y cosmopolitas) pudieron gozar de materiales visuales a principios del siglo XX, independientemente de su sexo, edad y clase social.

Los primeros productos de animación de la era pre-Hollywood se proyectaron en estas salas y, como ya se ha dicho a lo largo de este trabajo, tuvieron mucha acogida, por la novedad que suponía en el medio ver dibujos pintados por el hombre moverse. En Japón, la animación creó la misma fascinación, pero desde el principio fue proyectada en teatros oficiales, en espacios apoyados por entidades gubernamentales. En Japón la animación no sólo se le vio como un gran potencial para perpetuar sus artes visuales, sino que también se ganó un espacio cinematográfico aceptado por el “mainstream”. Los japoneses enseguida dividieron las audiencias de la animación en infantiles y

adultas, pero esto no impidió que un adulto pudiera disfrutar sin tapujos de dibujos animados catalogados para niños.

En Estados Unidos, y el resto de occidente por extensión, la aceptación de la animación se produjo según el tratamiento que Walt Disney le dio ya en sus comienzos, cuando esta estaba buscando su propia forma de expresión. Como hemos visto en la sección 2.3, Walt Disney sabía que, desde el momento en que los dibujos animados aceptaran avances tecnológicos, como el sonido o el color, estos se volverían más atractivos para los niños, alejándolos del interés adulto. Viéndose incapaz de hacer de la animación un medio genuinamente para adultos, Disney se esforzó en orientarlo a audiencias infantiles y familiares, que habían probado ser los consumidores más fieles – especialmente en unos Estados Unidos, que estaban construyendo un etos basado en los preceptos conservadores de la familia tradicional. Y aquí jugó un papel importante la creación de lo que podríamos denominar el discurso del *Magic Kingdom*.

Disney se estableció como la norma desde el momento en que la Academia reconoció su trabajo en los cortometrajes animados durante los años 30 y se hizo mención especial a la creación de Mickey Mouse y de la película *Snow White*. En cualquier caso, Walt Disney estaba marcando la pauta de cómo se debía hacer animación para que esta triunfara y gozara de reconocimiento internacional. Cuando el protagonista de *Felix the Cat* habló en los primeros dibujos animados con sonido, su falsete recordaba la voz aguda de Mickey; cuando la Warner Bros. optó por diseños más sofisticados en color, estos recordaban a los dibujos amables de Disney; incluso Fleischer, en su largometraje animado *Gulliver's Travels*, mezcló personajes humanos rotoscopiados con otros más caricaturescos, al igual que en *Snow White*. La influencia no se quedó en los Estados Unidos, pues el estilo manga hereda, como hemos visto, muchos detalles del trazo de Disney: ojos enormes, anatomías estilizadas, personajes caricaturescos o diseños amables de mascotas (por no volver a mencionar la influencia tecnológica que los estudios norteamericanos ejercieron sobre el cine japonés, figuras 8 y 9).

La época de los cortometrajes animados para cine no supuso, sin embargo, una sistemática concepción del medio para un público infantil, desvalorizándolo así como forma artística o cultural. Si en algún momento se debió asociar la animación con el consumo infantil en occidente, fue porque los dibujos animados que ofrecía Disney merecían especial atención por su calidad, aunque hubieran sido hechos específicamente

para una audiencia infantil –no olvidemos que Disney siempre trató la animación como un producto artístico que podía cubrir más fácilmente las expectativas de los niños. Realmente, no es que los demás dibujos animados fueran dirigidos a una audiencia infantil; simplemente, no tenían la misma calidad que los de Disney. Desde el momento en que Disney se reveló como la autoridad en el medio, parecía que el género tenía que estar orientado a un público infantil, como los productos de Disney. Esto parece haber sido, al menos parcialmente, fruto de la casualidad, pues, para abaratar la producción de animación, se necesitó simplificar tanto el diseño de los dibujos que se volvieron más aptos para un consumo infantil.

No olvidemos que, por ejemplo, las animaciones de McCay no iban dirigidas para nada a un público infantil, sino a uno de vodevil y, por tanto, adulto. Hasta que la censura lo frenó, los dibujos animados de *Betty Boop* tenían altas referencias sexuales, por no hablar de los contenidos racistas y violentos de la animación de la Warner Bros. que, definitivamente, no eran aptos para las audiencias infantiles –de hecho, los historiadores de la Warner Bros. no llegaron a admitir nunca que estos estudios estuvieran produciendo precisamente productos infantiles (Sandler 1998: 13-14). En cualquier caso, como también se ha mencionado anteriormente, la posición en la que se encontraba la animación dentro del ritual de “ir al cine” ayudó notablemente a la devaluación del género.

Ya hemos hablado de que la animación, una vez se consolida la institución central del “cine”, aparecía en un espacio “de regalo” o “gratuito” que se encontraba en los siete minutos anteriores de la película que el espectador había pagado para ver. Era un entretenimiento adicional, como una estrategia publicitaria para llamar la atención de más clientes: “pague para ver un largometraje y llévese siete minutos de animación gratuita”. Adicionalmente, debe también considerarse que, por ejemplo, los cortos de Disney iban delante de las películas de imagen real de sus distribuidoras y, luego, de sus mismos estudios. Así, los cortometrajes animados de Disney acompañaron (tanto en Estados Unidos como en el resto de países a los que se luego se exportaron) a las películas de las distribuidoras Universal Pictures, Power’s Celebrity Pictures, United Artists, RKO Radio Pictures y después la misma distribuidora en la que se convirtió la Walt Disney Company después de la Segunda Guerra Mundial (Gomery 1994: 72). Ya hemos comentado que estos cortos iban en armonía con el tono del largometraje que les precedía, por lo que una película familiar invitaba a un cortometraje más infantil para

llamar la atención de los niños de la salas –nótese que cuando Disney empieza a producir sus propias películas de imagen real, estas tienen un tono acusadamente más familiar que las de sus antiguas distribuidoras.

Por otro lado, los dibujos animados de la Warner Bros. y la MGM se proyectaban antes de los largometrajes que producían y distribuían sus mismos estudios y estos largometrajes no se habían centrado en audiencias familiares tan tenazmente como los de Disney. Por esta razón, no es de extrañar que los dibujos animados de estas productoras, aunque tangencialmente podían apelar a las audiencias infantiles que acompañaran a los adultos, se vieran más como un entretenimiento adicional para una audiencia más madura (véase la politización de la animación de la Warner Bros. en la sección 2.4). Lo mismo pasó con los otros estudios que produjeron para distribuidoras que, a diferencia de Disney, no se habían especializado en largometrajes para audiencias familiares o infantiles.

Ciertamente, debido a esta situación, durante la primera mitad del siglo XX había un ambiente extraño en cuanto a la percepción del medio de la animación. La calidad de los dibujos de Disney orientados a un tipo de audiencia en particular, más su posición dentro de los cines (premiada ininterrumpidamente durante una década en la Academia), obligaba a percibir la animación canónica como un género familiar. Esto se acusó más cuando Disney fosilizó en Estados Unidos la suposición de que ir a ver largometrajes animados equivalía a ir a ver un filme familiar (concepción que, como se ha mencionado anteriormente, se alargaría hasta la década de los 60 con el estreno de la película de The Beatles). Por otro lado, como la animación “más adulta” (léase “no-Disney”) se quedó siempre en este espacio reducido del ritual canónico del cine, entonces se percibiría como algo físicamente más marginal, que no consigue salir de ese ostracismo, como lo ha hecho la producción de Disney. Incluso la animación minimalista de la UPA, seguidora de una estética artística modernista y más apropiada a un consumo adulto y elitista, se queda en un exilio marginal, a la sombra de la calidad de Disney. Es curioso e ilustrativo el caso de la crítica que las primeras cintas animadas de Bakshi crearon: como la gente no estaba acostumbrada a los dibujos animados para adultos, muchas familias fueron al cine a verla presuponiendo que serían apropiadas para sus hijos. La crítica fue muy negativa, puesto que ignoraron completamente el esfuerzo del animador en crear los precedentes para la animación tanto adulta como transgresora.



**Figura 18.** Disneyland recibe a sus visitantes bajo el lema: “the happiest place on earth”. Allí las familias se hacen fotos en grupo alrededor de personas disfrazadas de los personajes de Walt Disney más famosos sin ningún tipo de riesgo social.

No olvidemos que la era televisiva cambiaría completamente la relación entre productores y consumidores, cuando estos últimos son niños y apenas tienen solvencia económica para invertir en según qué tipo de entretenimiento (Hendershot 1998: 7). Recordemos que, como bien apuntan Hall y Whannel, para que los niños pudieran disfrutar de los materiales audiovisuales que ofrecían los cines, estos debían ir acompañados de adultos que consumirían igualmente estos productos (1964: 271). Y, al fin y al cabo, la publicidad de este medio tenía que convencer principalmente a los adultos para que llevaran a sus hijos al cine –de otro modo, los niños no podrían haber ido por su cuenta a presenciar estos espectáculos. En cambio, la televisión supone una revolución no sólo para la expresión del medio animado, sino también para la redistribución de su audiencia, la relación entre creador y usuario y la disponibilidad de su consumo.

Antes de tratar en detalle estos cambios, sin embargo, conviene considerar el imperio de publicidad que Walt Disney había forjado para su empresa ya en la época de la televisión. Por entonces, Disney había conseguido que todo su *merchandising* –desde figuras coleccionables, hasta los parques de atracciones– fuera orientado a hacer publicidad de sus productos audiovisuales, apelando a una audiencia familiar y tradicional, en consonancia a los ideales más patrióticos de los Estados Unidos (figura 18). Esto se tradujo fácilmente en un longevo éxito para sus programas familiares televisados durante las sobremesas nocturnas durante casi medio siglo. Es más, hoy en día este éxito ha permitido prolongar este dominio en el campo de los productos audiovisuales familiares con la fundación de la cadena televisiva Disney Channel (desde 1983). Es casi indiscutible que, en el ámbito de audiovisuales para audiencias



preescolares, infantiles, adolescentes y familiares, Disney ha sido quien se ha mostrado como la fuerza estética y moral que ha establecido discursivamente el baremo de calidad de los géneros televisivos, la animación entre ellos.

Pero las emisoras que no contaron con la influencia de Disney tuvieron que hacer algo para llamar la atención sobre los productos animados que ofrecían –de “animación limitada”, de muchísima más baja calidad que lo que ofrecía Disney. Como apunta Jason Mittell, los programadores pronto notaron que la televisión podría ser un medio susceptible de tratar a los niños como potenciales consumidores de los productos que ofrecía su publicidad (2003: 39-40). De esto no sólo se beneficiaron las compañías de juguetes y cereales (que se convirtieron en patrocinadores de la animación televisada temprana de los Estados Unidos); las mismas cadenas decidieron orientar tanto su publicidad como su programación a unos espectadores infantiles en concreto, asumiendo una temprana formación (o configuración) real de nichos de audiencia en determinadas franjas horarias de la parrilla televisiva.

Así, las mañanas de los fines de semana se concibieron como una hora familiar y la animación se estableció allí principalmente para ofrecer algo que entretuviera a los niños y que no incomodara a los padres. Sea como fuere, la franja matinal de los fines de semana se ha acabado percibiendo (en gran parte de occidente también) como la hora en la que hay más niños delante de los televisores –junto con las tardes de entresemana–, cosa que no sólo se confirma con la predominancia de los dibujos animados acusadamente infantiles en este espacio de la parrilla, sino con la presencia adicional de materiales orientados a los niños, como la publicidad de juguetes, programas de recreo o documentales pedagógicos. Y si el espectador quería encontrarse con material audiovisual animado en televisión que no siguiera la norma de Disney, tenía también que acudir a propósito a estas franjas horarias que los ejecutivos de la televisión habían condenado al consumo infantil. Así pues, en la época de la televisión podemos hablar de animación exclusivamente para niños si tenemos en cuenta el espacio en el que se encontraban en la parrilla televisiva –al igual que un libro se considera infantil si este se encuentra en la estantería de “literatura infantil” de la librería.

Si la animación ha sido prejuiciosamente confinada al consumo infantil, tal vez haya sido por su soberana presencia en estos espacios televisivos, comercialmente dirigidos a audiencias preadolescentes, no sólo en el contexto original de emisión, sino

también en los países que después compran estos productos y los consumen con estas mismas estrategias de emisión. Además, hay que resaltar que la animación que aparece en estos espacios de emisión apenas ha tenido reconocimiento oficial en las galas que premian los productos televisivos (los Emmy Awards, que, por otro lado, sí reconocieron la labor de Disney en la televisión). Como la animación televisiva típicamente se tendría que encontrar en este espacio de consumo, al que fácilmente pueden acceder los niños, algo raro ocurre cuando esta está en un lugar que no le corresponde, como los horarios de máxima audiencia o las salas de cine X.

### 5.3 Los adultos: consumidores marginales de animación

Con esta perspectiva dominante en el consumo occidental de la animación, no es de extrañar que el visionado de dibujos animados se acabe estigmatizando como algo genuinamente para niños. Y como pasa con otras formas artísticas dirigidas a este mismo público, como bien puede ser el caso de la literatura infantil (véase Paruolo 2011), estas gozan en líneas generales de un menor prestigio académico. Como ya se ha mencionado a lo largo del trabajo, la inclusión de contenidos morales en los cortos animados es un marcador inequívoco de a quién se dirigen estos productos, independientemente de quién los estuviera disfrutando realmente. La serie de Fleischer protagonizada por Betty Boop en los años 30 refleja esta tensión entre audiencias ideales y audiencias reales: Betty es una modelo inocentona muy sexy que se convirtió en una severa institutriz (casi victoriana) con la implantación del Production Code (Cohen 1997: 19-23). Esto refleja que la censura norteamericana estaba muy preocupada por el impacto que la animación pudiera ejercer en las mentes de sus jóvenes en contra de los ideales más tradicionales y conservadores. Pero el problema que surge cuando la animación decide huir de los parámetros morales es que no se está dirigiendo específicamente a esa audiencia que necesita ser formada éticamente.

El tono ideológico con el que la Warner Bros. afrontaba la producción de sus dibujos animados fue determinante para empezar a definir una animación occidental orientada prácticamente para adultos. Pero más determinante fue el trato que toda la animación que llegaba y se producía en suelo nipón sufrió: en lugar de modificar los contenidos de la animación para que se ajustaran a una audiencia infantil o familiar, estos sufrieron catalogaciones y disposiciones que restringían el número y el tipo de espectadores que la pudieran consumir. Esto se traduce en la época del anime en una

**Figura 19.** The Beatles ya habían prestado sus voces para la serie de animación homónima que se emitió en Estados Unidos entre 1965 y 1969 y que cayó en las fórmulas infantiles. Con la película de animación *Yellow Submarine* (1968), The Beatles plantean una trama más surrealista, al igual que en sus anteriores películas –*A Hard Day's Night* (1964), *Help!* (1965) y *Magical Mystery Tour* (1967)–, que posiblemente apelaban a una audiencia más elitista.



animación especializada en nichos de audiencia, cosa que no había sucedido en Estados Unidos a mediados del siglo XX. Y, tal y como lo vemos nosotros, es fácil asociar este fenómeno con la ideología transgresora occidental que ha moldeado así esta forma artística –tanto en la animación temprana nipona como en los cortometrajes de la Warner Bros.

En el ámbito de la animación occidental para cine, específicamente los largometrajes, no podemos ignorar la importancia que la película británica *Yellow Submarine* supuso para el cambio de audiencias del género. Como se ha mencionado anteriormente, esta película apelaba directamente a una determinada audiencia madura que ya disfrutaba de los productos comerciales derivados de The Beatles, que no tenía que estar necesariamente relacionada con aquella que consumía animación bajo los moldes prescriptivos de la compañía Disney (figura 19). *Yellow Submarine*, como hemos visto en la sección 4.2, genera una respuesta en animación, a veces pornográfica (siguiendo el libertinaje del anime más picante), que necesitó ser alejada decisivamente de un público infantil con su presencia en espacios de consumo menos accesibles (como las salas de cine X). Esta tendencia apenas tuvo supervivencia en los cines durante los años 70 y 80, lo que se puede percibir como que la audiencia occidental aún no estaba preparada para la animación adulta o que occidente fracasó a la hora de ofrecer animación de calidad para adultos–sabiendo que, en Estados Unidos, muchos adultos tenían que adquirir ilegalmente anime para satisfacer sus expectativas en cuanto a la animación para adultos se refiere.

Irónicamente, hay que agradecer a la televisión que en occidente se pudiera desarrollar el gusto por la animación para adultos. La definición de un horario de máxima audiencia se vio como una oportunidad idónea de las cadenas para promocionar



**Figura 20.** Fred Flintstone fumando en un segmento publicitario emitido después de un episodio de su serie. Actualmente, la publicidad de tabaco en televisión está prohibida y son muy pocos los protagonistas de alguna serie de dibujos animados que son fumadores (además, algunas cadenas restringen la representación de humanos fumando en la animación).

sus mejores programas y comprobar si tenían acogida popular. Es a partir de este momento, de la permanencia de la animación en *primetime*, cuando se puede comenzar a hablar de una aceptación generalizada del género. Los seis años consecutivos que *The Flintstones* permaneció en el *primetime* estadounidense demuestran que la animación también fue aceptada por adultos –por no hablar de los primeros patrocinadores que tuvieron las series: Winston Cigarettes (figura 20) y One-a-Day Vitamins (Wells 2002: 89). A pesar de este importante precedente, en los 60, cuando la oferta televisiva todavía era muy limitada, no podemos hablar aún de la fragmentación de la audiencia que hay ahora y, posiblemente, Hanna-Barbera no estuviera produciendo la primera *sitcom* animada con una audiencia nicho en mente, sino más bien una universal. *The Flintstones* simplemente estableció las pautas de adaptación de la animación a otro género, de tal manera que no simplemente agradara a la audiencia infantil potencial, sino que también atrajera a las audiencias adultas. Por supuesto, en *The Flintstones*, esto se tradujo en la representación de los problemas típicos de la clase media, de las relaciones conyugales o de las relaciones de poder entre adultos (nótese que *The Flintstones* no tiene a niños de protagonistas hasta la cuarta temporada, ingrediente que la bibliografía especializada encuentra indispensable para considerar el material como orientado a un público infantil).

Como la animación no vuelve a aparecer en *primetime* hasta los años 90, hay una percepción generalizada de que, en Estados Unidos, toda la animación que se produce en esta época es primariamente para consumidores infantiles. Pero tenemos que tener en cuenta que, así como el concepto tradicional de “audiencias familiares” se desmorona en la década de los noventa, la concepción idealizada de la “infancia” también sufre unos cambios que se reflejan en la animación que se quedó en las mañanas de los fines de semana estadounidenses de los años 80 y 90. En esta época se da el fenómeno que las jugueterías llamaron “Kids getting older younger” (debido a la bajada de ventas de juguetes idealmente orientados a consumidores infantiles), lo que generó que las “[i]ndustry figures assume[d] that any child over age 8 will have already

moved into the competing arenas of fashion, personal accessorizing, and new media entertainments, only to reactivate an interest in their childhood interests at age 17, and sometimes enduringly throughout adulthood” (Wells 2003: 28, véase también Hall y Whannel 1964: 273). Esto puede justificar tanto el interés de los niños por la animación en *primetime*, como el interés de los adultos por los dibujos animados en general en estas últimas décadas.

Como hemos visto en la sección 4.4, la animación estadounidense más sobresaliente de los fines de semana de los años 80 y 90 se caracterizó por su colaboración con la industria audiovisual nipona; a su vez, esto generó títulos que apelaban a un nicho de audiencia muy definido, lo que Japón llevaba años ya haciendo en el género (concretamente las audiencias adolescentes masculinas y femeninas). Ciertamente, la animación que se quedó en la franja horaria matinal de los fines de semana y las tardes de entresemana tuvo que añadir una temática que pudiera apelar a una audiencia más adolescente, la que Jason Mittell ha denominado “kidults” (2002: 35) y que aquí consideraremos determinante para la aceptación general de la animación a partir de los años 90. Esto también generó una preocupación por producir animación específica para audiencias preescolares, con contenidos mucho más pedagógicos que estos dibujos y localizados en canales y horarios más convenientes para este tipo de espectadores.

En cambio, otras productoras, como la cadena Cartoon Network, eran conscientes de que los antiguos patrones narrativos y estéticos de los dibujos animados clásicos o preescolares ya no interesaban ni a niños ni a adolescentes. Hay que agradecer la iniciativa de la Cartoon Network del verano del 1994 para la recuperación de los cortometrajes animados con un elenco recurrente de personajes dirigidos a audiencias más maduras. Aunque otros estudios de animación habían intentado recuperar este formato, no fue hasta el estreno de *Dexter’s Laboratory* en 1995 de Cartoon Network cuando los cortometrajes animados volverían a tomar un gran impulso aunque sea en la televisión, mezclando una estética anti-Disney y unos argumentos más surrealistas (Neuwirth 2003: 10-12). A esta iniciativa le siguieron títulos como *Johnny Bravo*, *Cow and Chicken*, *The Powerpuff Girls*, *Courage the Cowardly Dog* o *Justice League*, que se hicieron famosos por todo el mundo al tiempo que la televisión por satélite y las sucursales de las cadenas norteamericanas se instalaban por todo el globo. Otras cadenas siguieron la estela de Cartoon Network y han ampliado la oferta de

dibujos animados. En este caso, merece la pena mencionar el famosísimo *SpongeBob SquarePants* del Nickelodeon Animation Studio, una serie de animación (también de cortometrajes) que a pesar de emitirse en una cadena y horario infantil, ha conseguido llamar la atención de los adultos por sus tramas absurdas, estética psicodélica y su contextualización en el mundo laboral.

A partir del estreno de *The Simpsons* en el *primetime* norteamericano, ocurre algo parecido en el campo de la animación para adultos. Los contenidos irreverentes de *The Simpsons* o *King of the Hill* desafían las monolíticas construcciones estadounidenses de “familia nuclear”; la estética desagradable de *Ren and Stimpy* o *Beavis and Butt-Head* huye de los dibujos amables de Disney y Bluth, al tiempo que la animación experimental de *Dr. Katz, Professional Therapist* o *South Park* parece indicar que la animación de acetato no es imprescindible para el género. Estas fluctuaciones en el género, ciertamente pueden leerse como lo que Hall y Whannel interpretaron como un cambio radical en la sociedad, la consecuencia del cual es “a break with many traditional beliefs and assumptions, without as yet any clear set of alternatives” (1964: 272), aplicado en el caso que nos atañe a un periodo de ansiedad milenarista. Cabe pensar que estos cambios responden a las reformulaciones de identidades generacionales, sexuales, ideológicas o familiares que se visualizaron globalmente en los años 90, anteriormente mencionadas brevemente en la sección 4.3.

Desde luego, la televisión norteamericana venía de una época donde la oferta televisiva estaba controlada por unas pocas cadenas. La aparición de cadenas privadas y de pago a lo largo de la segunda mitad del siglo permitió bajar el porcentaje de share de las cadenas dominantes y mantener una débil competencia con contenidos alternativos a los que ofrecían los canales dominantes que, hasta entonces, marcaban el canon televisivo. Así pues, las cadenas secundarias estaban ofreciendo contenidos alternativos a aquellos más canónicos ofrecidos por las cadenas dominantes. Es curioso ver cómo la Fox Broadcasting Company se alzó a finales de los años 80, ofreciendo formatos revolucionarios como *Married... with Children*, *Mr. President* o el programa de variedades *The Tracey Ullman Show* (que contenía los primeros cortos de *The Simpsons* antes de que se convirtiera en una serie semanal con episodios de 20 minutos) hasta llegar al “mainstream” y declararse como la cuarta cadena nacional de los Estados Unidos con más audiencia (Thomas y Litman 1991: 139-157). Irónicamente, ahora la Fox mantiene su liderazgo entre las cadenas de más audiencia con unas políticas de



emisión más conservadoras, en una ambigua armonía con el ideal del sueño americano que vende los Estados Unidos –la Fox ha resucitado, por ejemplo, *Family Guy* (aunque ordinaria, la familia es su principal protagonista) y ha dejado de emitir *Futurama* (cuyos personajes rompen con cualquier noción de “familia tradicional”).

En cualquier caso, no podemos negar que la ficción televisada en los 80 generó esta respuesta en los 90 que permitió a la animación convertirse en un género también dirigido a un público adulto. *The Cosby Show*, *Family Ties*, *The Golden Girls* o *Dynasty* son de las series más famosas de finales de los 80 que oscilaban entre el conservadurismo tradicional y el liberalismo artístico auspiciado por los nuevos tiempos, empezando a visualizar preocupaciones sociales que habían sido sofocadas por la producción televisiva predecesora. Muchas de las series norteamericanas de los 90, incluidas las de animación en *primetime*, estaban respondiendo a este ambiente de conservadurismo televisivo haciendo un uso sin precedentes de la primera enmienda a la Constitución de los Estados Unidos de América en un entretenimiento de masas. En nuestro modo de ver, entonces, las cadenas secundarias estadounidenses empiezan una tradición de animación “irreverente”, insultando a minorías sociales, burlándose de la autoridad, “profanando” el sacrosanto concepto de nación o cuestionando las creencias religiosas, por poner unos pocos ejemplos, que necesariamente se alejan de una animación estadounidense dirigida a un público infantil.

Así las cosas, la animación para adultos nace en Estados Unidos desde este tipo de “insolencia”, tanto en el cine como en la televisión. Hay que tener en cuenta que el anime ya estaba ofreciendo al mundo animación para adultos, aunque con contenidos violentos y casi pornográficos, no apropiados para niños. Y hasta el comienzo de la era de la animación por ordenador no se empieza a percibir que se puede hacer animación de calidad para adultos sin caer en lo ordinario y ofensivo –si bien esta animación ordinaria y ofensiva que floreció en los 90 se puede leer tanto como una respuesta radical al dominio de Disney, como una manera de acelerar la producción occidental de dibujos animados para adultos.

Posiblemente, la animación por ordenador supera el prejuicio sensorial de los “dibujos en movimiento”, ofreciendo una estética visual alejada de “los garabatos para niños”. La gran aceptación de la animación por ordenador puede que se deba a este alejamiento estético de la animación tradicional, así como al reconocimiento generalizado a los avances de las nuevas tecnologías. De todos modos, salvo contadas

excepciones, la animación estadounidense no genera una cultura de consumo tan marcada como ha provocado la japonesa. Es cierto que productos estadounidenses de ficción audiovisual o televisiva como *The Lord of the Rings*, *Harry Potter* o *Lost* (ninguno de los cuales cuenta con una franquicia de animación) han creado un fenómeno fan sin precedentes en Estados Unidos, pero su impacto se ve minimizado si tenemos en cuenta las subculturas de consumo de animación que el anime ha generado en todo el mundo.

#### 5.4 Subculturas de consumo de animación

El fenómeno fan en el campo de la literatura y la cultura audiovisual, aunque ha adquirido fuerza a partir de los años 70 con la llegada a occidente de la cultura popular nipona, realmente se forjó en países angloparlantes a principios del siglo XX como una asociación de lectores de fantasía y ciencia ficción. El surgimiento de *pulps*, también mencionado a lo largo del trabajo, permitió que géneros literarios como la fantasía o la ciencia ficción (y otros secundarios como la ficción criminal, de aventuras o romances) se desarrollaran y perfeccionaran al margen de las corrientes canónicas. Cada semana, los lectores podían disfrutar de nuevas historias en el marco de géneros literarios que el *mainstream* ignoraba. La implicación de estos lectores con estas ficciones no se limitaba simplemente a su lectura pasiva. Estas revistas *pulp* pronto dedicaron espacios en sus páginas para publicar algunas cartas de los lectores, que mostraban sus preocupaciones más inmediatas sobre el futuro del género. Así, los mismos lectores se convirtieron en los críticos inmediatos de sus autores y obras preferidos, exponiendo abiertamente lo que no les gustaba de sus ficciones y lo que esperaban de ellas en el futuro –de hecho, la opinión de estos lectores, los consumidores reales de esta literatura popular, era la que los escritores y editores tenían más en cuenta a la hora de publicar. Esta relación fluida entre autores y lectores se podría considerar como un precedente de las relaciones que creadores y consumidores de arte mantienen a través de los inmediatos sistemas de comunicación de Internet (Parrinder 1980: 15-17; Attebery 2003: 34-37).

A falta del reconocimiento académico hacia estos nuevos géneros literarios populares que les garantizara cierta canonicidad, estos lectores se vieron obligados a reunirse en clubes y asociaciones para un mantenimiento digno de estas formas artísticas emergentes. Entonces, estos lectores empezaron a asumir un papel activo no sólo para la sustentación de estos géneros, sino para su reconocimiento internacional,

apoyando eventos culturales como la Worldcon (convención mundial de ciencia ficción), los premios Hugo o los Premios Mundiales de Fantasía, entre muchísimos otros. Para cuando estos géneros comenzaron a despertar cierto interés dentro del mundo académico, hacia la segunda mitad del siglo XX, estas asociaciones se habían implicado tan emocionalmente con los mundos de ficción que consumían que no se podían tratar como simples lectores pasivos: habían pasado a ser fans y habían creado toda una subcultura de consumo, conocida como *fandom*.

Como se puede entrever, el *fandom* va más allá del simple consumo de una narrativa de ficción y la crítica, digamos, “segura” desde un posicionamiento académico o intelectual: los fans se involucraban tanto en el mundo ficticio que exigían a los autores crear más materiales de “universo expandido”, ellos mismos se volvían en creadores produciendo *fanfiction* (desde simples ilustraciones hasta elaboradas narrativas, véase Levi 2006: 51-57), implicándose en juegos de rol que exploraban más aspectos de los universos de ficción de los que disfrutaban o consumiendo cualquier tipo de *merchandising* derivado disponible. Esta relación, casi obsesiva y compulsiva, con los universos de ficción tiene su interés sociológico, antropológico y psicológico, pero frecuentemente se ha ignorado o desdeñado en la crítica recepcionista dentro de las humanidades tradicionales, quizá por su carácter sectario, casi religioso, ritual e idólatra. Pero ciertamente, no podemos ignorar que el *fandom* está creando unas nuevas pautas de visionados de materiales audiovisuales (populares) que afecta prácticamente a todo el circuito cultural de consumo artístico (Parrinder 1980: 12-17; Jackson 1981: 171-180; Wolfe 2003: 96-98).

Aunque la distribución internacional de anime ha acelerado y visualizado notablemente la existencia de un *fandom*, esta nueva cultura de consumo de audiovisuales de animación ya estaba en marcha en occidente, con la iniciativa del imperio Disney. Pero la animación de Disney ha ido siempre orientada a la familia, pilar básico del consumo de entretenimiento canónico en todo el mundo occidental. Adicionalmente, se ha de tener en cuenta, en línea con lo que nos ocupa, que el sector social preadolescente presenta dificultades para ser catalogado como un participante activo de cualquier fenómeno cultural: si bien puede haber habido cambios en los últimos tiempos, hasta hace poco tiempo se entendía que todo producto cultural que pudiera consumir estaría mediado por los adultos, y, por lo tanto, apenas podría

generarle una respuesta que trascendiera su producción y cubriera satisfactoriamente sus expectativas (Hall y Whannel 1964: 269).

Además, el impacto que los productos Disney tuvieron sobre las alineaciones familiares no estaba generando, como apuntarían Hall y Whannel, una reacción espontánea a una “bewildering and confused social situation” (1964: 273-274). Más bien, el consumo de los productos culturales de Disney suponía una reafirmación de los preestablecidos sistemas sociales y familiares, según la cultura estadounidense. En la animación temprana de Disney, las mujeres se quedan en ámbitos domésticos, los hombres son los que van en busca de aventuras y los niños obedecen a los mayores si no quieren que algo malo les pase. Estos, más otros valores derivados del etos de Estados Unidos, eran los ideales que transmitían los dibujos animados de Disney, en línea con la configuración canónica de la sociedad occidental (Brockus 2004: 191-211).

Es más, así es cómo el consumo de animación se vuelve una actividad social y culturalmente aceptable (perpetuando valores tradicionales y adquiriendo cierto peso ético y moral). El problema evidente que presenta el consumo de anime, entonces, es que este está perpetuando unos valores completamente ajenos a la cultura occidental, que lo recibe, y su consumo aquí se vuelve una actividad artística que requiere un esfuerzo intelectual considerable (Levi 2006: 53). Como cabe esperar, este esfuerzo sólo lo realiza un sector de la sociedad muy concreto, que en Estados Unidos empezó siendo universitario.

Antes de seguir analizando el *fandom* de la animación, hay que ligarlo pertinazmente a las subculturas surgidas desde las universidades. Avances tecnológicos como los ordenadores, los videojuegos y, más recientemente, las redes sociales en Internet son hitos históricos originados en las universidades que han cambiado para siempre su experiencia de la vida –las mismas universidades que, después, e irónicamente, generarían una subcultura de consumo estigmatizada desde el mismo mundo académico. Esto se debe a que los contribuidores a estos avances tecnológicos revolucionarios son personas aplicadas e inteligentes, aunque “America has a conflicted relationship with the smart, studious, or anyone who has not taken the hunter-gatherer macho path” (Gilsdorf 2009: 50). En este sentido, primero en Estados Unidos y luego en el resto de occidente, se ha percibido que toda esta sofisticación tecnológica creada por “Men of Reflection”, en lugar de los “Men of Action” del “mainstream” (Gilsdorf 2009: 50), ha generado toda una serie de productos culturales más aptos para que lo

consuman personas que siguen este perfil intelectual. Así las cosas, una lectura del fenómeno puede bien ser que los “frikis” (el *nerd*, *geek* o *freak* anglosajón que responde en cierta manera a esta subsección de la población más intelectual) están creando toda una batería de productos culturales donde ellos mismos están “empowered”, al margen pero, a la vez, al servicio de las fuerzas discursivas dominantes de cada contexto social.

La apreciación occidental del anime sigue este camino: la promoción del anime que llegaba ilegalmente a Estados Unidos a finales de los 70 y durante los 80 se hizo en congresos oficiales universitarios (a su vez, eran los que se realizaban para publicitar los géneros literarios de fantasía y ciencia ficción en el mundo académico). El anime, a diferencia de Disney, ofrece universos donde el héroe masculino necesita la ayuda de sus amigos, las mujeres montan robots gigantes para luchar contra sus enemigos o los niños desobedecen a los adultos en beneficio de la sociedad; en definitiva, unas narrativas que huyen de los moldes discursivos de la sociedad occidental. Es más, con la opción de recrearse con estos universos, los espectadores (fans, otakus o “frikis”) sienten que pertenecen a (y dominan) un mundo discursivo más comprensible y controlable que el que los ha marginalizado socialmente.

El problema de este ostracismo adulto en mundos virtuales de fantasía o ciencia ficción (en el caso del anime, ya hemos apuntado que es una desconcertante mezcla de los dos géneros) es que socialmente todo ello se percibe como una actividad de desbordante imaginación al que las instituciones académicas apenas han prestado atención (al igual que la literatura infantil, los videojuegos, los juegos de rol o la animación en general). Es notable la atención que reciben las obras de corte realista en las universidades, mientras que las obras de ciencia ficción y fantasía todavía son elementos secundarios de estudio en la academia. Además, estos productos culturales, que implican una nada desdeñable actividad creativa por parte del autor (y el público), se perciben generalmente como ejercicios infantiles, que no merecen ser explorados en profundidad por no suscitar reflexiones demasiado trascendentales. Es cierto que toda esta literatura, generalmente tachada de escapista, se ha resistido al análisis académico por su supuesta falta de edificación moral o estética, aunque los estudios realizados sobre estos géneros marginales parecen indicar que sus audiencias han mostrado una clarividente comprensión del funcionamiento de las civilizaciones, de las reglas sociales y de las manifestaciones culturales que van más allá de las normas discursivas de cada contexto nacional (véase Gilsdorf 2011).

En cualquier caso, el anime forzó una audiencia occidental activa. Conseguir animación japonesa no era fácil (y, en algunos casos, ilegal durante los 70 y 80 y, después, a partir de la era de Internet): el espectador se tenía que esforzar para encontrar el producto y, una vez lo tenía, necesitaba conocer las fuerzas discursivas que daban forma a la narrativa de una manera tan alejada del estilo occidental. Es cierto que, últimamente, el consumo de anime (y la recreación en sus “universos expandidos”) se ha vuelto tan obsesivo y maniático que suele tener consecuencias en la mismísima apariencia estética de sus consumidores (confirmando así su identidad como “personas que disfrutan de los dibujos animados”). Ciertamente, esto viene de la costumbre nipona del *cosplay* (figura 21), es decir, vestirse con la estética de los personajes de anime que a cada uno más le gusta (Levi 2006: 43, 60; Kelts 2007: 23; Cooper-Chen 2010: 68-69). En este sentido, es fácil relacionar la estética de tribus urbanas como los “góticos”, los “emos” o los “visual”, tienen su inspiración estética en los diseños de los personajes del anime más “cyberpunk”. Incluso la animación occidental ha producido series endeudadas con la estética y contenidos del *maho shōjo* y *shōnen*: *The Powerpuff Girls* (1998-2005, figura 22), *Sonic le Rebelle* (1999-2000), *Totally Spies!* (2001-2008), *Samurai Jack* (2001-2004) o *SpieZ! Nouvelle Génération* (2009-) –por no hablar de la



**Figura 21.** La práctica del *cosplay* suele darse frecuentemente en congresos de otakus, ciencia ficción y fantasía. Aunque la indumentaria de algunos personajes de manga y anime suele ser lo bastante discreta como para no llamar la atención, la de otros es totalmente esperpéntica y ha inspirado las modas de algunas tribus urbanas. En la foto, una chica japonesa vestida como un personaje del *I''s* (2002-2003, 2005-2006) de Masakazu Katsura, perpetuando la moda popular nipona de las colegialas.



imagen de algunas bandas musicales europeas basada deliberadamente en la cultura popular japonesa como Aqua, Gorillaz o Tokio Hotel.

Aunque es más común asociar esta estética a cierta actitud de rebeldía e inconformismo adolescente, el “friki” adulto, en el imaginario occidental, ha encontrado una estética que se aleja decididamente del modélico “Man of Action”. Pero antes, no debemos olvidar que, en las narrativas estadounidenses, los personajes asiáticos frecuentemente aparecen como estereotipados aunque respetables *geeks* —en sentido etimológico: “General Electrical Engineering Knowledge” (Gilsdorf 2009: 51)— que han contribuido notablemente al avance tecnológico en occidente. Otras características ya estigmatizadas de este nuevo arquetipo social contribuyen a describir el “friki” occidental como un ser solitario que mora en habitaciones oscuras y tiene serios problemas de socialización. Este es obeso, con acné, suele llevar gafas, tiene el pelo largo y grasiento y se percibe como poco aseado. Por si esto fuera poco, está todo el día delante del ordenador, una nueva tecnología que domina a la perfección, a diferencia del hombre blanco heterosexual, que destaca principalmente en actividades deportivas. Todo ello lo condena a una desagradable alteridad siguiendo los dictados de los discursos sociales hegemónicos.



**Figura 22.** Series tan populares como *The Powerpuff Girls* (1998-2005) están basadas, en muchos aspectos, en franquicias de animes del *maho shōjo* como *Sailor Moon* (1992-1997) de Naoko Takeuchi. Curiosamente, la Tōei Animation adquirió los derechos de la franquicia estadounidense y continuó la serie bajo el título *The Powerpuff Girls Z* por una temporada más (2006-2007).

Es cierto que este estereotipo, con todas sus connotaciones negativas, se ha perpetuado en el subconsciente mundial gracias a películas comerciales de Hollywood como *American Graffiti* (1973), *Carrie* (1976), *Saturday Night Fever* (1977), *Grease* (1978), *Porky's* (1982), *Dirty Dancing* (1987) o *American Pie* (1999-). Estas películas tratan sobre la adolescencia en institutos o universidades, normalmente mostrando las tensas relaciones entre los chicos populares y los chicos no tan populares –revelando a los primeros como auténticos triunfadores en la vida. Incluso los seriales audiovisuales de Disney siguen apoyando esta imagen de la adolescencia, construida por la idoneidad de los discursos tradicionales hegemónicos –como por ejemplo: *The Mighty Ducks* (1992-1997), *Recess* (1997-2001) o *High School Musical* (2006-2011)–, por no hablar de las franquicias audiovisuales más famosas y rentables de hoy en día: *Harry Potter* (2001-2011) y la saga *Twilight* (2008-). Aunque, desde el 2000, series norteamericanas de difusión mundial como *Malcolm in the Middle* (2000-2006) o *The Big Bang Theory* (2007-) han colaborado notablemente a explorar desde otro prisma los estereotipos de la “cultura friki”.

Pero si algún género audiovisual ha ayudado definitivamente a la visualización de la figura del “fiki”, este ha sido la animación. Sin embargo, en muchas series matinales de fines de semanas, en las que se presenta a un grupo de héroes inmersos en aventuras fantásticas, muchos de los personajes femeninos o con gafas o asiáticos podrían ser vistos como los precedentes de la imagen del *geek* que en los 90 se reconocería como un estereotipo social negativo –véase *Scooby-Doo, Where Are You!* (1969-1971), *Star Trek: The Animated Series* (1973-1974), *Dungeons and Dragons* (1983-1985) o *Ghostbusters* (1986), por ejemplo. Innegablemente, *The Simpsons*, en una extensión de su carácter irreverente, introduce personajes perentoriamente “frikis” y episodios que tratan sobre este sector social marginado, como una manera de reconocerlos, comprenderlos o al menos darles voz. Personajes como Lisa Simpson, Database o el anónimo Comic Book Guy son personajes listos que muestran que la inteligencia no es una buena herramienta para la integración social; al igual que episodios como “Homer Goes to College” (1993), “They Saved Lisa’s Brain” (1999), “HOMЯ” (2001) o “Lisa the Drama Queen” (2009),<sup>22</sup> entre muchos otros. En la serie estadounidense *American Dad!* (2005-), cuyos contenidos son más políticos, los

---

<sup>22</sup> De este episodio, merece la pena destacar la intervención lapidaria de uno de sus personajes que quiere justificar su pasión obsesiva por los mundos ficticios de fantasía: “Reality is only for people who can’t imagine anything better”.



**Figura 23.** Este fotograma del episodio “Best Little Horror House in Langley Falls” (2010) de *American Dad!* sintetiza perfectamente los estereotipos más comunes del “friki” explicados en esta sección (desde el aspecto físico, hasta el *cosplay*, pasando por la influencia y respeto hacia lo nipón).

personajes “frikis” suelen tener una mayor presencia para contrastar con los ideales más conservadores y paranoicos derivados del trauma post-11S del protagonista (figura 23). Tanto positiva como negativamente, la figura del “friki” empieza a emerger en la animación y luego en el imaginario colectivo (véase también cualquier anime serializado ambientado en un instituto) como una manera de encontrar productos culturales que visualizan esta nueva manera de consumir cultura.

Todo este trasfondo presupuesto para el “friki” es claramente negativo y ha afianzado más si cabe la condena del consumo de la animación, percibida como una actividad marginal desarrollada por personas marginales. No cabe duda de que el “friki”, al que le gusta ver dibujos animados, reafirmandose en su identidad, siguiendo estos estereotipos o creando otros nuevos, está de alguna manera manifestando cierto inconformismo con respecto a las reglas preestablecidas para cierto tipo de consumo de materiales culturales (unas reglas, por cierto, basadas en nociones culturales conservadoras que apenas dejan espacio para las nuevas tecnologías y la evolución social). Ciertamente, el consumo de la animación parece indicar la necesidad de una redefinición no sólo del concepto occidental de “infancia”, sino también del de “adulto”, generando unas nuevas construcciones identitarias como reacción a discursos hegemónicos que, al fijarse, se vuelven obsoletos de manera prácticamente inmediata.

## Conclusión

Este trabajo de fin de máster ha abordado el fenómeno de la animación, tratando de mostrar su relevancia como material cultural, y encontrando inspiración para ello en las perspectivas de los estudios culturales. Para ello, se ha contextualizado la aparición de este género como resultado de la consolidación y creciente visibilidad de la clase obrera occidental a través de los dos últimos siglos y la necesidad del mismo estamento social de generar sus propios modos de entretenimiento.

El surgimiento de los estudios culturales respondió en un primer momento a la necesidad de analizar estos materiales como una expresión cultural más y, por tanto, susceptible de crear un impacto relevante en la sociedad. No es de extrañar que los estudios culturales, habiéndose creado y expandido en plena época de los entretenimientos de masas en un mundo crecientemente globalizado, hayan prestado especial atención al estudio de este tipo de materiales, a veces bajo la etiqueta exclusiva de “estudios culturales” o de “medios de comunicación” y en ocasiones con etiquetas híbridas (dependiendo en gran medida de la departamentalización de la investigación universitaria en cada país), poniendo énfasis especial en las relaciones existentes entre estos productos culturales y la construcción de la identidad en el mundo contemporáneo.

Sin embargo, estos materiales se resisten aún a una aceptación por parte del mundo académico más tradicional, responsable quizá en parte de su estigmatización como “arte menor” y de su consiguiente condena como productos “populares” carentes de virtudes estéticas y/o morales. A pesar de estas apreciaciones negativas a priori, los estudios culturales han hecho ver que estos entretenimientos “populares”, gracias a los medios de comunicación de masas, están siendo consumidos por una gran parte de la población mundial y han de estudiarse en paralelo con las cambiantes percepciones del mundo y de la vida de las sociedades contemporáneas. Además, y como se ha mostrado en este trabajo, estos productos “populares” también desafían las monolíticas concepciones del arte tradicional que los discursos hegemónicos han vertido sobre la sociedad como una forma de control de la humanidad. Las nuevas perspectivas académicas post-estructuralistas no han hecho más que evidenciar la caducidad de los discursos hegemónicos y legitimar, por ende, tanto el consumo como el estudio de estos entretenimientos “populares” (y marginales) como un resultado de la época en la que vivimos.

La animación, como un entretenimiento “popular”, ha generado muchas de estas ansiedades de interés para los estudios culturales. El género aparece en Estados Unidos, como resultado de una provechosa industria. La globalización y, en particular, los medios de comunicación de masas, permiten que los dibujos animados se reproduzcan como entretenimiento para masas en el resto del mundo bajo los moldes ideológicos de su país exportador. Disney es posiblemente el representante más emblemático de esta tendencia, que no sólo ha conseguido que un producto de entretenimiento genuinamente estadounidense le genere grandes ganancias económicas, sino también que este sea exportado e influyente por todo el mundo. No obstante, hay que agradecer a Disney que un entretenimiento “popular” como los dibujos animados haya sobrevivido hasta nuestros días (cuando otras formas de entretenimiento “popular”, como el vodevil, llegaron a desaparecer porque dejaron de ser rentables económicamente), pues su esfuerzo de convertirlo en un arte familiar ha favorecido la aceptación de la animación para el “mainstream” y la Academia –aunque se haya hecho a la sombra de géneros orientados a audiencias infantiles, los cuales tienen considerables carencias para su apreciación cultural.

La Warner Bros., Hanna-Barbera y, más recientemente, la animación de la Fox son otros estandartes de la animación occidental que en algún momento han conseguido influir en el “canon” de estos productos de entretenimiento “popular”. Y, en este trabajo, se ha considerado indispensable el tono o la ideología desde la que mucha de esta animación se producía. Irónicamente, hemos podido ver que, en occidente, lo humorístico se ha desvalorizado tradicionalmente a favor de lo más dramático,<sup>23</sup> mientras que en oriente, que presenta generalmente unas sociedades en las que lo ceremonial aún conserva una gran importancia, se ha considerado de mayor valor artístico aquello irreverente, cómico e incluso más visceral. Mientras Japón ha conseguido justificar esta dicotomía con los constructos del *tatema* y el *honne*, occidente sólo ha conseguido mantener una relación ambigua y contradictoria con todos los productos culturales asociados con los entretenimientos de masas. Para la animación occidental, han sido clave aquellos estudios que comenzaron a destacar esta tensión entre el consumo

---

<sup>23</sup> Tendencia ya expresada en la *Poética* de Aristóteles y que encuentra un ilustrativo ejemplo en la tradición literaria británica: mientras que la sátira *Gulliver's Travels* de Jonathan Swift no se tomó lo suficientemente en serio, su sarcástico (y divertidísimo) ensayo “A Modest Proposal” se consideró como una aberración para el buen gusto de la civilización occidental.



masificado de entretenimiento y su desvalorización sociocultural desde las esferas elitistas.

Con la televisión, la animación se encontró con una plataforma que contribuiría a una aceptación del género, aunque en ocasiones de manera contradictoria. Originalmente, las primeras cadenas de televisión (que conformaron el primer canon televisivo en cualquier contexto) decidieron colocar la animación en espacios infantiles, siguiendo el discurso de Disney y lo que, por tanto, se esperaba comúnmente del género. La llegada de la animación al *primetime* en los 60 presupone que la aceptación del género no reside en su forma exclusivamente, sino que puede llegar a una amplia audiencia tratando sus contenidos según las expectativas de sus consumidores potenciales adultos. En este trabajo se ha querido mostrar que la actitud irreverente y la capacidad de actualizarse fue lo que caracterizó *The Flintstones* y luego toda la animación exitosa en *primetime* a partir de los 90. En el contexto nipón, esta fórmula había demostrado ser efectiva desde el consumo de los primeros mangas.

Ciertamente, la actitud de occidente hacia la animación siempre ha sido de querer orientarla a los polos más extremos de un consumo maduro, en lugar de asegurarle una posición digna entre la crítica académica, el canon y el “mainstream”. En occidente, la animación no orientada a los niños se recreaba en contenidos absurdos, ofensivos, irreverentes y vulgares, por lo que las corrientes universitarias han tratado de despojarlas de cualquier valor artístico. En cambio, en Japón, el anime nace de la ciencia ficción, otro género altamente ignorado por las corrientes académicas occidentales durante mucho tiempo. Cuando la crítica académica descubre que la ciencia ficción es más que un mero ejercicio literario de escapismo y supone, pues, un conocimiento interdisciplinar de teorías científicas al alcance únicamente de una minoría intelectual (adulta), la asociación entre estos dos subgéneros revela nuevas actitudes hacia la consideración y producción de la animación.

Mientras que Japón siempre ha sido capaz desde un primer momento de producir ciencia ficción animada para adultos como una proyección artística de su identidad nacional, los Estados Unidos se han mantenido fieles a una caracterización histórica de su animación. Nótese que los Estados Unidos son incapaces de producir ciencia ficción animada notable hasta que se alían con estudios de animación orientales, aunque se han diferenciado de la ciencia ficción nipona (manteniendo unos contenidos más infantiles) como una manera de confirmarse en su pasado identitario en el medio. Incluso los



primeros largometrajes animados de ciencia ficción tienen un acusado tono infantil (en una línea tan estadounidense como la de Disney) y huyen de las reflexiones más profundas y complejas que la ética científica suscita en largometrajes animados de ciencia ficción japoneses.

Tampoco podemos negar que los episodios del 11 de septiembre de 2001, que han marcado hasta el momento la percepción del nuevo milenio, han provocado unas nuevas inquietudes en el imaginario estadounidense equiparable a las expresadas en el anime. Esto ha provocado nuevos tratamientos en el arte producido para el entretenimiento de masas que muy poco a poco nos van acercando a la visión que Japón tiene de su cultura popular. La animación estadounidense, como expresión artística, recoge estas inquietudes y las convierte en excelentes instrumentos para hacer madurar el género, que luego se transmiten al resto del mundo. Por ejemplo, la calidad de la animación por ordenador de Pixar (un súbdito de Disney) ha estimulado la aparición de estudios de animación por todo el mundo de una calidad sobresaliente –lo que ha sido facilitado gracias a las complejas redes mercantiles de la globalización. Así, la animación se ha convertido hoy por hoy en una plataforma de promoción de las autoridades más notables en el género de todo el mundo. Si, de algún modo, este interés profesional por la animación no consigue canonizar el género, al menos está colaborando en su dignificación en occidente.

En último lugar, la animación, como muchos otros tipos de entretenimiento “popular”, ha generado unas conductas de consumo que están cambiando la cara de las relaciones sociales de muchas comunidades. Desde las teorías recepcionistas de las humanidades, hasta las perspectivas más antropológicas, pasando por el interés psicológico, estas conductas invitan a una reflexión sobre los desconcertantes itinerarios que la evolución humana está tomando en estas fechas de tanto revuelo ideológico y cultural. Los estudios culturales nos han permitido establecer un primer contacto con el nuevo entretenimiento industrial en que se ha convertido la animación, localizándolo en un continuum histórico crecientemente global. Con las generalizaciones que propone este trabajo (tan temidas en el mundo académico y que aquí no hemos podido evitar completamente por las limitaciones de espacio) pretendemos estimular el estudio más concreto de la animación (en contextos nacionales y con obras específicas) como un fenómeno de expresión local, que no deja de evocar las complejas contribuciones que las perspectivas transnacionales, derivadas de la globalización, le han dado al género

(confirmando, invalidando e incluso ampliando fructíferamente todo lo que en este estudio se ha dado por supuesto). Por no hablar de los potenciales análisis sociales que profundicen en la relación entre obras de animación y su público, fijándonos en su edad, clase social o sexo. Esto, que puede bien ser la base de nuestra futura labor de investigación, nos parece ahora una adecuada reflexión con que concluir este trabajo de fin de máster.

## Annexo.

### Cronología

- 1800s - Los teatros kabuki empiezan a proyectar los *utsushi-e*, un rudimentario precedente de la animación en Japón.
- 1824 El inventor inglés John Ayrton Paris crea el Taumatropo, un mecanismo muy sencillo que crea la ilusión de movimiento combinando unas pocas imágenes.
- 1829 El matemático e inventor austriaco Simon von Stampfer inventa el estroboscopio, lo que introduce en occidente las primeras nociones las imágenes en movimiento.
- 1832 El físico belga Joseph Plateau inventa el fenaquistiscopio.
- 1834 El matemático inglés W. G. Horner inventa el zoótropo.
- 1848 - 1889 La creación del celuloide se vuelve imprescindible para la impresión de fotografías y paralelamente se aplica para la obtención y proyección de imágenes (fotografías o fotogramas) en movimiento
- 1852 El barón Franz von Uchatius confecciona el proyector fenaquistiscópico, un juguete que supone el precedente más antiguo para la idea moderna de “proyección de dibujos en movimiento”.
- 1877 El inventor belga Émile Reynaud crea un juguete similar al de Horner, el praxinoscopio.
- 1879 El fotógrafo inglés Eadweard Muybridge inventa el zoopraxiscopio, el antecedente inmediato del cinematógrafo.
- 1890 - 1899 Los hermanos Lumière hacen grandes avances en la proyección de películas.
- 1891 El estadounidense Thomas Alba Edison, que contribuyó con decisivas invenciones para los medios de comunicación, confecciona el quinetoscopio, una forma individualizada ver imágenes en movimiento.
- 1894 El mutoscopio, una variante más simplificada del quinetoscopio, inventado por el estadounidense Herman Casler, se convierte en una forma popular de entretenimiento que genera ingresos económicos.
- 1896 - 1914 El francés Georges Méliès se consolida como pionero en la cinematografía, produciendo títulos imprescindibles para las primeras experiencias en proyección de películas en teatros: *Arrivée d'un train gare de Vincennes* (1896) y *Le Voyage dans la Lune* (1902).
- 1900 El ilustrador de vodevil James Stuart Blackton filma lo que se podría considerar como una rudimentaria variación de dibujos en movimiento, “The Enchanted Drawing”.
- 1906 Blackton produce “Humorous Phases of a Funny Face”, una proyección filmica que se centra en crear la ilusión de dibujos en movimiento y, normalmente, citado como el primer ejemplo de animación.

- 1908 El caricaturista francés Émile Cohl produce uno de los títulos más influyentes de la animación mundial, “Fantasmagorie”, también tratado como el primer ejemplo de dibujos animados.
- 1909 Émile Cohl introduce el cinematógrafo en Japón y durante los próximos años también da a conocer allí su obra (“Fantasmagorie” y *Zigomar*).
- 1911 Se proyecta en los vodeviles el que es por muchos considerado el primer dibujo animado de la historia: “Winsor McCay, the Famous Cartoonist of the *N. Y. Herald* and His Moving Comics”.
- 1911 - 1921 Winsor McCay produce su emblemática obra de animación (proyectada en los vodeviles) que exploraba la capacidad expresiva del género.
- 1912 Max Fleischer empieza a utilizar el rotoscopio, el calco de fotogramas de imagen real para crear patrones de movimiento más realistas en la animación.
- 1913 - 1924 Los J. R. Bray Studios lanzan la primera serie de cortometrajes animados comerciales para los *nickelodeones* y los cines, usando la técnica de animación por acetato: *Colonel Heeza Liar*.
- 1916 - 1917 El International Film Service distribuye los primeros cortos de *Krazy Kat* producidos por William Randolph Hearst.
- 1916 - 1958 Paul Terry crea el personaje de Farmer Al Falfa para unos cortos de los J. R. Bray Studios, que luego reaparecerá en gran parte de su obra subsiguiente. Este es el primer personaje altamente estereotipado de la Norteamérica rural en aparecer por los dibujos animados, hasta que la era de la televisión forzó cambiar su concepción hacia algo más “políticamente correcto”.
- 1917 Empiezan a aparecer las Regulaciones de las Imágenes en Movimiento en Tokio.
- 1917 Se prohíbe en Japón el corto animado de Jun’ichi Kōuchi “Chame no kūkijū”, porque se consideró que podía promover el vandalismo entre los jóvenes.
- 1917 Ōten Shimokawa produce para los teatros nipones el corto de animación “Imokawa Keizō genkan ban no maki”.
- 1917 Seitarō Kitayama crea el cortometraje animado “Saru kani gassen”. Con la subvención del gobierno, también produce cortos propagandísticos como “Chokin no susume” y “Chiri mo tsumoreba yama to Naru”.
- 1918 - 1929 Max Fleischer produce la serie muda *Out of the Inkwell*, usando principalmente la rotoscopia. Esta serie incluye los cortos de “Koko the Clown” (1924-1927).
- 1919 - 1930 Otto Messmer produce la exitosa serie de animación *Felix the Cat*.
- 1920 - 1921 Los J. R. Bray Studios lanzan una segunda serie de cortos de *Krazy Kat*.
- 1921 El Ministerio de Educación de Japón se dedicó a hacer recomendaciones de películas animadas por su valor pedagógico, lo que conllevó al cabo de poco tiempo que la animación se catalogara “para adultos” y “para niños”.

- 1921 Con las subvenciones del gobierno nipón, Seitarō Kitayama produce el cortometraje educativo “Kiatsu to mizuage ponpu”.
- 1921 - 1933 Paul Terry crea las exitosas *Æsop’s Fables Modernized*, que influyen notablemente en la producción de animación en la época de Hollywood.
- 1921 - 1923 Walt Disney abre los estudios Laugh-O-Gram en Kansas, donde hace sus primeros cortometrajes animados para los cines de la ciudad.
- 1922 Con las subvenciones del gobierno nipón, Seitarō Kitayama produce títulos educativos como “Chikyū no maki y Shokubutsu seiri: Seishoku no maki”.
- 1923 - 1927 Disney crea su primer trabajo para Hollywood, *Alice Comedies*, en el Disney Brothers’ Studio.
- 1924 Con la subvención del gobierno japonés, Sanae Yamamoto produce los cortometrajes animados de contenidos políticos “Shokurin y Yūbin no tabi”.
- 1925 Sanae Yamamoto produce un título experimental para la animación nipona como “Ubasetuyama”.
- 1926 El gobierno nipón apoya económicamente la creación del corto propagandístico de Yamamoto “Baidoku no denpa”.
- 1927 Los estudios Warner Bros. estrenan *The Jazz Singer*, la primera película de imagen real con sonido sincronizado.
- 1927 Noburō Ōfuji produce la primera versión de “Kujira”.
- 1928 Teinosuke Kinugasa produce su popular “Jūjiro”.
- 1928 Disney crea el personaje y los cortos de *Oswald the Lucky Rabbit*, aunque la Universal Pictures se quedará con los derechos sobre el personaje cuando el animador abandone la distribuidora.
- 1928 Harman-Ising Productions animan algunos cortos de *Oswald the Lucky Rabbit*.
- 1928 Walt Disney crea, secretamente, el personaje de animación Mickey Mouse, que hace su primera aparición en “Plane Crazy”. A finales de año, el famoso personaje protagoniza el primer cortometraje animado con sonido sincronizado: “Steamboat Willie”.
- 1929 La Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas de Hollywood celebra la primera gala de entrega de los premios Óscar.
- 1929 Harman-Ising, habiendo desertado de la Universal Pictures, crean independientemente el cortometraje piloto “Bosko, the Talk-inK Kid” para venderlo a alguna distribuidora y mantener su productora viva.
- 1929 - 1938 Walter Lantz se encarga de la producción de *Oswald the Lucky Rabbit* para la Universal Pictures.
- 1929 - 1939 Disney produce la serie musical de cortometrajes de *The Silly Symphonies*.
- 1929 - 1939 Charles B. Mintz se adueña de la producción de *Krazy Kat*, rediseña sus personajes y acerca las dinámicas de sus episodios a la animación de Disney.

- 1930 - 1933 Leon Schlesinger abre una sucursal de animación para la Warner Bros. permitiendo la creación de los cortos de Bosko por Harman-Ising Productions.
- 1931 - 1969 La Warner Bros. produce el serial *Merrie Melodies* para promocionar las canciones de su biblioteca.
- 1931/1932 Walt Disney recibe un Óscar honorífico por la creación de Mickey Mouse.
- 1932 Walt Disney recibe el primer Óscar en la categoría de Mejor Cortometraje Animado por “Flowers and Trees”, la primera *Silly Symphony* en Tecnicolor. Durante el resto de la década, sólo los cortometrajes de Disney se llevarían la estatuilla en esta categoría.
- 1932 - 1939 Max Fleischer produce la popular serie de cortometrajes animados *Betty Boop*.
- 1933 - 1942 Max Fleischer produce la popular serie de cortometrajes animados *Popeye the Sailor*.
- 1933 - 1944 Leon Schlesinger Productions toma el control de los estudios Warner Bros. para su producción de animación.
- 1933 - 1963 Cuando Harman-Ising abandonan la Warner Bros., esta empieza con la producción de los cortometrajes de los *Looney Tunes*, protagonizados por una serie de personajes recurrentes que aún hoy son recordados: Bugs Bunny, Daffy Duck, Porky Pig, Elmer Fudd, Pepé le Pew, etc.
- 1934 - 1938 Harmin-Ising continúan su trabajo en la animación para la MGM, con el serial *Happy Harmonies*, que albergó los títulos en color de Bosko.
- 1934 – 1941 Los Fleischer Studios crean los *Color Classics* como competencia a las *Silly Symphonies* de Disney.
- 1936 Kon Ichikawa produce el corto animado “Shinsetsu Kachikachi Yama”.
- 1937 Los Walt Disney Studios perfeccionan la cámara multiplano, producen la *Silly Symphony* “The Old Mill”, que se llevó ese mismo año el Óscar por ser el primer dibujo animado que usó esta técnica.
- 1937 Walt Disney produce el primer largometraje animado *Snow White and the Seven Dwarfs*, mezclando técnicas de animación como la rotoscopia y la cámara multiplano.
- 1938 Quirino Cristiani produce “El Mono relojero”, el único corto animado que ha sobrevivido del director argentino, aunque su obra data de 1917 a los años 50.
- 1938 La Academia otorga un premio honorífico a Walt Disney por la producción de *Snow White and the Seven Dwarfs*.
- 1938 - 1940 Frederick Quimby produce los primeros cortometrajes de animación para la Metro-Goldwyn-Mayer.
- 1939 Fleischer produce su primer largometraje animado: *Gulliver’s Travels*.
- 1940 Disney estrena su segundo largometraje animado: *Pinocchio*.
- 1940 Disney produce *Fantasia*, su tercer largometraje animado.



- 1940 - 1958 Frederick Quimby, junto a William Hanna y Joseph Barbera producen una primera serie de cortometrajes de *Tom and Jerry* para la MGM, que tendrán una gran acogida entre los Óscars de esas décadas.
- 1941 Mitsuyo Seo produce “Ari-chan”, la primera película de animación japonesa en usar la cámara multiplano.
- 1941 Fleischer produce su segundo y último largometraje animado *Mr. Bug Goes to Town*, dejando así sin competencia en el campo a Disney en Estados Unidos durante las próximas décadas.
- 1941 Huelga de los animadores de Disney. Consecuente creación de la United Pictures of America.
- 1941, 1942 Disney gana los últimos premios Óscar en la categoría de Mejor Cortometraje de Animación con “Lend a Paw” y “Der Fuehrer’s Face”, respectivamente, antes de que la MGM y Warner Bros. le hicieran la competencia durante las dos siguientes décadas.
- 1941 - 1949 Walter Lantz produce la serie de cortos *Woody Woodpecker*.
- 1943 *Momotarō no umiwashi* es el primer largometraje animado japonés, con altos contenidos propagandísticos.
- 1943 - 1967 La Paramount absorbe los Fleischer Studios, creando Famous Studios, que producirían los *Noveltoons* para los cines y sindicarian la biblioteca Fleischer para televisión.
- 1943 Walter Lantz produce el último cortometraje específico para *Oswald the Lucky Rabbit*: “The Egg Cracker Suit”.
- 1944 Japón produce su segundo largometraje animado, también con contenidos propagandísticos: *Momotarō: Umi no shinpei*.
- 1944 - 1964 La Warner Bros. adquiere completamente sus estudios de animación cuando el magnate Schlesinger se retira.
- 1947 Osamu Tezuka publica su primer manga, *Shin Takarajima (The New Treasure Island)* en inglés y *La nueva isla del tesoro* en castellano), usando técnicas cinemáticas para los cómics japoneses, que después serían tan útiles en las adaptaciones animadas.
- 1947 - 1969 El animador de Praga Jiří Trnka produce su obra principal de marionetas, dando a conocer internacionalmente la animación checa.
- 1948 Se implementa la Paramount Decision en Estados Unidos, una ley que permite a las productoras independientes y extranjeras incorporarse a las cadenas más poderosas de cine que estaban en manos de los estudios y distribuidoras más ricos de Hollywood.
- 1949 La Walter Lantz Productions deja de producir cortometrajes para el cine y la United Artists sindicán su biblioteca.
- 1949 - 1959 *Crusader Rabbit* es la primera serie de animación hecha específicamente para televisión, en una época donde en la televisión sólo emitía erráticamente la animación de los cortometrajes del cine.
- 1949 - 1959 La UPA produce los populares cortometrajes de *Mr. Magoo* para el cine, ganando dos premios Óscar (en 1954 y 1956). La última aparición

- cinematográfica de Mr. Magoo sería en el largometraje *1001 Arabian Nights* (1959).
- 1950 - 1956 La UPA produce los cuatro cortometrajes de *Gerald McBoing-Boing* para proyectar en los cines.
- 1951 - 1972 Walter Lantz Productions reabre sus puertas para producir animación para la televisión con la distribuidora Universal.
- 1952 El *remake* de *Kujira* de Noburō Ōfuji es galardonado en festivales de cine internacionales.
- 1953 El polémico corto experimental y educativo “Toot, Whistle, Plunk and Boom”, producido por los estudios Disney, se lleva el Óscar al Mejor Corto Animado, después de que los estudios no se llevaran ningún mérito en esta categoría durante una década.
- 1954 El Reino Unido produce y distribuye el primer largometraje de animación europeo: *Animal Farm*.
- 1954 - 2008 Walt Disney estrena el programa de sobremesa nocturno *Disneyland* para la ABC, apto para toda la familia. En él se incluían los cortometrajes animados de los cines, dibujos animados específicamente para televisión y otros cortes con materiales infantiles y familiares. El programa ganó hasta siete premios Emmy entre 1955 y 1971.
- 1955 - 1964 Holanda emite en su país la primera serie de animación europea para televisión: *Dappere Dodo*.
- 1956 Los estudios Tōei producen y distribuyen su primera película *Hakujaden*.
- 1956 - 1957 La UPA produce episodios de media hora de duración de *Gerald McBoing-Boing* para la CBS.
- 1957 - 1966 Checoslovaquia produce sus primeros dibujos animados para televisión, *Krtek*.
- 1957 - 1967 Hana-Barbera, como compañía privada, genera una batería de títulos de series animadas para televisión, entre ellos, *The Ruff and Reddy Show* (1957-1964), *The Huckleberry Hound Show* (1958-1962), *Pixie and Dixie and Mr. Jinks* (1958-1962), *The Quick and Draw McGraw Show* (1959-1962), *Hokey Wolf* (1960-1961), *The Yogi Bear Show* (1961), *Wally Gator* (1962-1963), *The Magilla Gorilla Show* (1963-1967) o *The Atom Ant/Secret Squirrel Show* (1965-1967).
- 1959 - 1961 Jay Ward y Alex Anderson crean la famosa e influyente serie animada para televisión *The Rocky and Bullwinkle Show*.
- 1959 - Alemania produce su primer éxito en animación televisada: *Unser Sandmännchen*.
- 1960 - 1966 La ABC emite *The Flintstones* de Hana-Barbera, la primera serie animada para televisión en *primetime*.
- 1961 Disney estrena su decimoséptimo largometraje animado: *One Hundred and One Dalmatians*.
- 1961 - 1964 *Pingwings* se convierte en el primer serial animado del Reino Unido.

- 1961 - 1964 TBS TV emite *Otogi Manga Calendar* de Ryuichi Yokoyama, la primera serie de anime televisada en Japón.
- 1962 La UPA produce el largometraje musical animado *Gay Purr-ee* y es distribuido por la Warner Bros.
- 1962 Rusia produce su primer largometraje animado que gozará de cierto éxito en Estados Unidos: *The Story of a Crime*.
- 1962 Disney cierra su productora de cortometrajes animados y se dedica a otros proyectos.
- 1962 - 1963 La ABC emite una primera temporada de *The Jetsons* en *primetime* y una segunda y conclusiva en las mañanas de los sábados.
- 1963 - 1966 Fuji TV emite la primera serie animada de Osamu Tezuka en Japón, *Tetsuwan Atom (Astroboy)*.
- 1963 - 1965 La cadena norteamericana NBC emite una primera edición de la serie *Astroboy* de Osamu Tezuka. Aunque los primeros capítulos se emitieron en *primetime*, el resto de la serie se quedó en las franjas matinales de los sábados.
- 1963 - 1965 Irlanda emite su primera serie de animación para televisión: *Daithi Lacha*.
- 1963 - 1966 Se emite en Japón *Tetsujin 28-gō*, que generaría una adaptación americana: *Gigantor*.
- 1963 - 1986 Polonia produce su primer éxito animado para televisión: *Bolek i Lolek*.
- 1964 Warner Bros. estrena *The Incredible Mr. Limpet*, una película que mezcla imagen real con animación.
- 1964 Disney estrena *Mary Poppins*, uno de sus numerosos largometrajes que combinan imágenes reales con dibujos animados.
- 1964 - 1965 La ABC emite una primera temporada de *Jonny Quest Adventures* en *primetime* y una segunda y conclusiva en las mañanas de los sábados.
- 1964 - 1967 Las productoras DePatie-Freleng Enterprises y Format Films se encargan de la animación de la Warner Bros., produciendo los títulos más mediocres de la empresa.
- 1964 - 1973 La NBC emite *Underdog*.
- 1965 Francia estrena la película animada *La Demoiselle et le violoncelliste*.
- 1965 - 1966 TV Tokyo emite *Jungle Taitei* de Osamu Tezuka (*Kimba the White Lion* en Estados Unidos y *El Emperador de la Selva* en España).
- 1965 - 1969 La ABC emite la serie *The Beatles*, apelando a una audiencia preconfigurada, aunque en las franjas matinales de los sábados.
- 1965 - 1970 En España se producen las películas animadas de *Mortadelo y Filemón* que también serán emitidas en episodios por la televisión.
- 1966 El 15 de diciembre fallece Walt Disney. Desde entonces, su familia se encarga de sus estudios.
- 1966 - 1981 Suecia produce *Bamse*, su primer serial animado de éxito nacional.
- 1967 Disney estrena su decimonoveno largometraje animado, *The Jungle Book*, el último que contó con la participación directa de Walt Disney.

- 1967, 1968 Francia adapta las tiras cómicas de Astérix y Obélix en dos populares largometrajes animados: *Astérix le Gaulois* y *Astérix et Cléopâtre*, respectivamente.
- 1967 - 1968 La cadena Fuji TV emite la serie *Mach GoGoGo* (*Speed Racer* en inglés y *Meteoro* en español).
- 1967 - 1969 La colaboración entre Warner Bros. y Seven Arts Cartoons amplía el repertorio de dibujos animados de baja calidad empezada por DePatie-Freleng.
- 1967 – 1974 Francia produce su primer éxito de animación televisada: *Colargol*.
- 1967 - 2001 Hana-Barbera se establece como una empresa filial, produciendo numerosos títulos para otras animadoras, distribuidoras o cadenas más poderosas: *Wacky Races* (1968-1969), *Scooby-Doo, Where Are You!* (1969-1970), *The Pebbles and Bamm-Bamm Show* (1972-1973), *Yogi's Gang* (1973), *Captain Caveman and the Teen Angels* (1977-1980) o *The Flintstone Kids* (1986-1988).
- 1968 El corto de “Winnie the Pooh and the Blustery Day” se lleva un Óscar póstumo para Walt Dinsey.
- 1968 En Gran Bretaña, The Beatles producen el largometraje animado *Yellow Submarine*, que se hizo muy famoso en todo el mundo e iba dirigido a una audiencia específicamente adulta.
- 1969 “It’s Tough to Be a Bird” es el último cortometraje de Disney en recibir un Óscar en esta categoría (hasta la fecha).
- 1969 La obra animada experimental *Pas de Deux* de Norman McLaren gana el premio BAFTA a la Mejor Película Animada.
- 1970 Se estrena en Estados Unidos, sin pena ni gloria, una versión editada de *Cleopatra*, *Queen of Sex* de Osamu Tezuka.
- 1970 - La productora de Chuck Jones se reincorpora a los estudios de la Warner Bros. para resucitar su división de animación, creando arriesgados proyectos para cine y televisión. Hoy en día, la Warner Bros. Animation se ha especializado en la producción de series infantiles para televisión, colabora en la creación de algún que otro largometraje animado por ordenador y distribuye numerosos títulos de anime.
- 1971 Disney produce *Bedknobs and Broomsticks*, uno de sus numerosos largometrajes que combina acción real con animación.
- 1971 - 1972 Yomiuri TV emite una primera tanda de capítulos de *Rupan Sansei* (*Lupin the 3rd* en inglés y *Lupin III* en español). La Tokyo Movie Sinsha produciría dos seriales más del personaje en 1977-1980 y 1984-1985.
- 1972 Italia intenta simular el éxito de las películas de Disney con el largometraje animado *Un buratino di nome Pinocchio*.
- 1972 Ralph Bakshi estrena *Fritz the Cat*, el primer largometraje animado estadounidense en ser catalogado para audiencias adultas.
- 1972 - 1973 La cadena japonesa TV Asahi emite *Devilman*.
- 1972 - 1974 La cadena Fuji TV emite *Mazinger Z*.

- 1973 Alemania estrena la famosa cinta *Maria d'Oro und Bello Blue*.
- 1973 Francia y Checoslovaquia coproducen el emblemático largometraje de animación de ciencia ficción europeo *La Planète Sauvage*.
- 1973 Bakshi estrena la que es considerada su obra maestra: *Heavy Traffic*.
- 1973 - Se empieza a producir y emitir *Doraemon* por diversos estudios y canales.
- 1973 - 1974 TV Asahi emite *Cutey Honey*, una serie de los estudios de animación Tōei que mezcla un poco de los géneros del *shōnen* y *shōjo*.
- 1974 Nippon Animation produce la serie *Arupusu no shōjo Haiji* para Fuji TV (*Heidi, Girls of the Alps* en inglés y, en español, simplemente *Heidi*).
- 1974 - 1975 Yomiuri TV emite *Uchū Senkan Yamato* (*Space Battleship Yamato* en inglés y *Crucero espacial Yamato* en castellano).
- 1974 - 1975 Italia y Japón colaboran en la creación de la serie animada *Calimero*.
- 1974 - 1984 Estudios de animación alemanes y japoneses colaboran para la creación de series de dibujos animados para televisión: *Wickie und die starken Männer* (1974-1975), *Die Biene Maja* (1975-1976), *Puschel das Eichhorn* (1979) y *Alice im Wunderland* (1983-1984).
- 1975 Bakshi produce *Coonskin* y una primera versión de *Hey, Good Lookin'*.
- 1975 El animador ruso Yuriy Norshteyn produce su aclamada cinta *Yozhik v tumane*.
- 1975 - 1977 Fuji TV emite la serie de Gō Nagai *UFO Robo Grendizer* (conocida como *Goldorak* en algunos países).
- 1976 Don Jurwich estrena *Once Upon a Girl*, un largometraje de animación pornográfico estadounidense.
- 1976 Bub Townsed produce *Alice in Wonderland: An X-rated Musical Fantasy*, otra película de animación pornográfica de los Estados Unidos.
- 1976 Nippon Animation produce el serial *Haha o tazunete sanzenri* para Fuji TV (*3000 Leagues in Search of Mother* en inglés y *Marco de los Apeninos a los Andes* en español).
- 1976 - 1979 La Tōei Animation produce *Candy Candy* para Asahi TV.
- 1977 Rusia produce otro largometraje animado que gozará de cierto reconocimiento en Estados Unidos: *The Magic Pony*.
- 1977 Francia estrena *Allegro non troppo*, una parodia del musical *Fantasia* de Disney.
- 1977 La 20th Century Fox distribuye el largometraje animado *Raggedy Ann and Andy: A Musical Adventure* de Richard Williams y la fantasía animada de Bakshi *Wizards*.
- 1978 El Reino Unido produce y distribuye el largometraje animado *Watership Down*.
- 1978 - 1979 Italia produce su primera serie de animación televisada: *Quaq Quao*.
- 1978 - Con la colaboración entre Hana-Barbera e Iwao Takamoto que dio con la serie *Godzilla* (1978-1981), se originó el contacto entre la industria de animación estadounidense y oriental. Hoy en día esta alianza es



- prácticamente imprescindible para la inmensa producción de dibujos animados televisados de los Estados Unidos.
- 1979 Fuji TV emite *Akage no An*, de la Nippon Animation (*Anne of Green Gables* en inglés y *Ana de las tejas verdes* en español).
- 1979 - 1985 Don Bluth se despide de Disney para abrir su propia productora de dibujos animados, Don Bluth Productions, con títulos para el cine como *Banjo the Woodpile Cat* (1979) y *The Secret of NIHM* (1982).
- 1979 - 1985 Período en el que productoras niponas y españolas produjeron numerosos títulos de animación para España: *Don Quijote* (1979), *El pequeño Cid* (1980), *D'Artacan y los tres mosqueperros* (1981), *La vuelta al mundo de Willy Fog* (1983) y *David el gnomo* (1985).
- 1980 Nippon Animation produce la serie *Tomu Sōyā no bōken* para Fuji TV (*The Adventures of Tom Sawyer* en inglés y *Las aventuras de Tom Sawyer* en español).
- 1981 - 1986 Principal producción de las colaboraciones entre Francia y Japón: *Ulysses 31* (1981-1982), *Les Mystérieuses Cités d'or* (1982) y *M.A.S.K.* (1985-1986).
- 1982 Bakshi produce un remake de *Hey, Good Lookin'*.
- 1983 Bakshi estrena *Fire and Ice*, uno de los últimos títulos de animación específicamente para adultos de su producción.
- 1983 - 1986 Tokyo TV emite una primera serie de *Captain Tsubasa* (*Flash Kicker* en contextos anglófonos y *Oliver y Benji* en España).
- 1983 - 1986 Se estrena para la televisión una serie producida por la coalición de estudios estadounidenses, canadienses, franceses, japoneses y taiwaneses: *The Inspector Gadget*.
- 1984 - 1988 Se produce *Heathcliff*, la primera serie de animación producida por otra numerosa coalición internacional: Estados Unidos, Canadá, Francia y Japón.
- 1985 - 1995 Con la colaboración de Steven Spielberg, Bluth abre los Sullivan Bluth Studios, que le supone la competencia más directa a Disney a finales de los 80 con los largometrajes animados de *An American Tail* (1986), *The Land Before Time* (1988) y *All Dogs Go to Heaven* (1989).
- 1986 Suiza produce la famosa, en Europa, serie animada *Pingu*.
- 1986 Fuji TV emite la serie *Ai shōjo Porianna monogatari* (*The Story of Pollyanna*, *Girl of Love* en inglés y *Pollyanna* en español).
- 1986 - 1989 La cadena TV Asahi emite *Saint Seiya* (conocida como *Knights of the Zodiac* en contextos anglosajones y *Los Caballeros del Zodíaco* en contextos hispanohablantes).
- 1986 - 1996 Fuji TV emite los famosísimos e influyentes seriales de animación de Akira Toriyama *Dragon Ball* y *Dragon Ball Z*.
- 1987 El director francés Jean-Paul Walravens estrena el largometraje animado *Le Big Bang*, con altos contenidos pornográficos.
- 1987 Jerry Rees dirige el largometraje animado *The Brave Little Toaster*.



- 1987 - 2008 En 1987, Albert Barrillé estrena *Il était une fois... la vie* en Francia, la primera serie de la que se convertiría la franquicia de animación educativa más famosa del mundo: *Il était une fois...* (conocida como *Once Upon a Time...* en inglés y *Érase una vez...* en español).
- 1988 Una colaboración sin precedentes entre Disney y Amblin Entertainment produce *Who Framed Roger Rabbit*, un largometraje que mezcla animación con imagen real que ha conseguido reunir legalmente en la misma cinta numerosos personajes de la animación de diferentes estudios.
- 1988 John Lasseter y William Reeves ganan el primer premio Óscar para Pixar con el cortometraje animado por ordenador “Tin Toy”.
- 1988 Se estrena en Japón el largometraje de ciencia ficción *Akira* de Katsuhiro Otomo, que tendría una gran influencia en la animación occidental, especialmente cuando se legaliza la distribución de películas de anime por Estados Unidos y el resto del mundo.
- 1988 - 2004 A excepción de 1993, los estudios Disney estrenan un largometraje de animación tradicional por año, recuperando así su hegemonía (diezmada entre los años 70 y 80 por la competencia extranjera y de Bakshi y Bluth) y dando con clásicos modernos como *The Little Mermaid* (1989), *Beauty and the Beast* (1991), *The Lion King* (1994), *Tarzan* (1999), *Fantasia 2000* (1999) o *Atlantis: The Lost Empire* (2001).
- 1989 - 1990 Nippon Animation produce *Janguru bukku shōnen Mōguri* para TV Tokyo (*The Jungle Book* en inglés y *El libro de la selva* en español).
- 1989 - La Fox emite capítulos de media hora de duración de *The Simpsons* de Matt Groening, convirtiéndola en la segunda serie de dibujos animados en permanecer en el *primetime* norteamericano y revolucionar el género de la animación.
- 1991 - 1996 La cadena estadounidense Nickelodeon emite *The Ren and Stimpy Show* en *primetime*.
- 1992 *Cool World* es el último título con el que Bakshi ha producido animación para adultos, en este caso mezclada con imágenes reales.
- 1992 Hanna-Barbera Productions adapta la tira cómica *Fish Police* para emitirla en *primetime* en la CBS.
- 1992 Brad Bird produjo diez episodios de la *sitcom* animada *Family Dog* para emitirla en *primetime* en la CBS.
- 1992 - 1995 La ABC emite en *primetime* la serie animada *Capitol Critters*, producida por Steven Bochco Productions y Hanna-Barbera Productions.
- 1992, 1995 Matt Stone y Trey Parkey crean los irreverentes cortometrajes de *Jesus vs. Frosty* y *The Spirit of Christmas*, respectivamente, de animación de papel pautado y los distribuyen en cintas de VHS por los Estados Unidos. Ambos se pueden considerar como capítulos pilotos de *South Park* y los precedentes para la animación transgresora en televisión.

- 1993 Disney estrena la película *The Nightmare before Christmas* de Tim Burton.
- 1993 - 1997 La MTV emite en *primetime* la serie animada de Mike Judge *Beavis and Butt-head*.
- 1994 - 1995 La ABC y luego la Fox emiten las dos únicas temporadas en *primetime* de *The Critic*.
- 1994 - El trío Steven Spielberg, David Geffen y Jeffrey Katzenberg, fundan la DreamWorks Animation, unos estudios de animación que se unieron a la competencia de Disney a partir del final de los 90, con cintas como *The Prince of Egypt* (1998), *Antz* (1998), *Chicken Run* (2000) o *Shrek* (2001) –esta última ganó el primer Óscar a la Mejor Película de Animación.
- 1995 Se estrena en Japón la película de anime más “cyberpunk”: *Ghost in the Shell*.
- 1995 - 1999 Comedy Central emite la serie *Dr. Katz, Professional Therapist* de Jonathan Katz y Tom Snyder.
- 1995 - Pixar estrena su primer largometraje animado por ordenador con la distribuidora Disney: *Toy Story*. Desde entonces, Pixar ha sacado numerosos títulos de animación por ordenador bajo la supervisión de Disney: *Toy Story 2* (1999), *Finding Nemo* (2003), *The Incredibles* (2004), *WALL-E* (2008) o *Toy Story 3* (2010).
- 1996 - 2003 Cartoon Network produce su primera serie animada televisiva: *Dexter's Laboratory*.
- 1997 - 2001 Disney produce y emite la serie animada infantil *Recess*.
- 1997 - 2010 La Fox emite *King of the Hill* de Mike Judge en *primetime*, una de las primeras series de animación televisada que satiriza sobre la Norteamérica más conservadora.
- 1997 - Se establecen unos estudios de animación de la 20th Century Fox, uniéndose a la competencia de Disney del nuevo milenio: *Anastasia* (1997), *Titan A.E.* (2000), *Ice Age* (2002), *The Simpsons Movie* (2007) o numerosos largometrajes producidos para su venta directa en DVD.
- 1997 - Tokyo TV empieza a emitir la serie de la franquicia del videojuego *Pokémon*, posiblemente una de las franquicias actuales más rentables de Japón.
- 1997 - Comedy Central emite *South Park* de Matt Stone y Trey Parker en *primetime*.
- 1998 - 2005 Cartoon Network emite *The Powerpuff Girls* de Craig McCracken, una de las primeras series estadounidenses de animación inspirada en el anime.
- 1999 - Nickelodeon emite la surrealista *BobSponge SquarePants* en horario infantil.
- 1999 - Seth MacFarlane empieza a producir series de animación en *primetime* para la Fox: *Family Guy* (1999-2002, 2005-), *American Dad!* (2005-) y *The Cleveland Show* (2009-).

- 1999 - La Fox empieza a emitir la segunda serie animada de Matt Groening: *Futurama*. Esta se canceló una primera vez en 2003. Entre 2007 y 2009, la Fox hizo cuatro películas directamente en DVD de la serie a petición del autor y por el alto número de descargas que tenía la serie en Internet. Desde el verano de 2010, Comedy Central se encarga de emitir nuevas temporadas de *Futurama*.
- 1999 - 2000 Francia, Canadá y Estados Unidos producen *Sonic le Rebelle* (*Sonic Underground* en inglés).
- 1999 - 2001 La Fox y The WB emiten la serie *The PJs* de Eddie Murphy.
- 1999 - 2005 Canadá da a conocer la serie animada de humor irreverente *Kevin Spencer*.
- 2001 La Academia incluye el premio Óscar a la Mejor Película de Animación.
- 2001 - 2004 Cartoon Network emite *Samurai Jack*, una serie estadounidense de Genndy Tartakovsky también basada en la estética del anime.
- 2001 - 2008 La animadora francesa Marathon Production crea *Totally Spies!*
- 2003 Spike TV sólo lanza tres episodios (de nueve que se habían encargado) de *Ren & Stimpy* “*Adult Party Cartoon*”, lo que tenía que ser un revival para adultos de *The Ren and Stimpy Show*.
- 2004 - 2007 Comedy Central emite la polémica serie *Drawn Together*.
- 2004 - 2009 En Nueva Zelanda se emite la *sitcom* animada *bro'Town*, cuyos protagonistas son una familia maorí.
- 2008 Israel estrena la aclamada cinta *Vals Im Bashir*.
- 2008 España estrena la película por animación Flash *La Crisis Carnívora*.
- 2009 Una coproducción entre el Reino Unido y España crea *Planet 51*.
- 2009 - Francia y Brasil crean una serie secuela de *Totally Spies!*: *Spiez! Nouvelle Génération* (*The Amazing Spiez!* en inglés).
- 2010 - Comedy Central emite la serie animada para adultos *Ugly Americans*.
- 2011 - La Fox emite *Bob's Burgers* en *primetime*, la primera serie de animación de esta cadena estadounidense hecha por animación Flash.

## Referencias

- Academy of Motion Picture Arts and Sciences 2011: 'History of the Academy Awards' en *Academy of Motion Picture Arts and Sciences*. Fuente electrónica: <http://www.oscars.org/awards/academyawards/about/history.html> (última consulta 2/9/2011).
- Attebery, Brian 2003: 'The Magazine Era: 1926-1960' en Edward James y Farah Mendlesohn (eds.) 2003: *The Cambridge Companion to Science Fiction*. Nueva York: Cambridge University Press: 32 — 47.
- Barrier, Michael 1999: *Hollywood Cartoons. American Animation in its Golden Age*. Nueva York: Oxford University Press.
- Bould, Mark 2003: 'Film and Television' en Edward James y Farah Mendlesohn (eds.) 2003: *The Cambridge Companion to Science Fiction*. Nueva York: Cambridge University Press: 79 — 95.
- Braun, Andrés S. 2011: 'Cuando la verdad es descortés. Los políticos se aferran al uso social del 'tatemae' para ocultar información a sus ciudadanos' en *El País.com*, 16/3/2011: fuente electrónica: [http://www.elpais.com/articulo/internacional/verdad/descortes/elpepiint/20110316elpiint\\_7/Tes](http://www.elpais.com/articulo/internacional/verdad/descortes/elpepiint/20110316elpiint_7/Tes) (última consulta: 20/7/2011)
- Brockus, Susan 2004: 'Where Magic Lives: Disney's Cultivation, Co-Creation, and Control of America's Cultural Objects', en *Popular Communication*, 2: 191 — 211.
- Brode, Douglas 2005: *Multiculturalism and the Mouse: Race and Sex in Disney Entertainment*. Austin: University of Texas Press.
- Chomsky, Noam 1988: *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Londres: Random House.
- Chomsky, Noam 1989: *Necessary Illusions: Thought Control in Democratic Societies*. Cambridge: South End Press.
- Chomsky, Noam 1999: *Profit Over People: Neoliberalism and Global Order*. Londres: Seven Stories Press.
- Clute, John 2003: 'Science Fiction from 1980 to the Present' en Edward James y Farah Mendlesohn (eds.) 2003: *The Cambridge Companion to Science Fiction*. Nueva York: Cambridge University Press: 64 — 78.

- Cohen, Karl F. 2004: *Forbidden Animation: Censored Cartoons and Blacklisted Animators in America*. Jefferson: McFarland & Co.
- Cooper-Chen, Anne M. 2010: *Cartoon Cultures. The Globalization of Japanese Popular Media*. Nueva York: Peter Lang.
- Crafton, Donald 1998: 'The View from Termite Terrace: Caricature and Parody in Warner Bros. Animation' en Kevin S. Sandler (ed.) 1998: *Reading the Rabbit. Explorations in Warner Bros. Animation*. Nueva Jersey: Rutgers University Press: 101 — 120.
- Crawford, Alice 2003: 'The Digital Turn: Animation in the Age of Information Technologies' en Carol A. Stabile y Mark Harrison (eds.) 2003: *Prime Time Animation. Television Animation and American Culture*. Nueva York: Routledge: 110 — 130.
- Doherty, Brian 1999: 'The creator of “The Simpsons” on his new sci-fi TV show, why it’s nice to be rich, and how the ACLU infringed on his rights' en *Mother Jones*, March/April: 34 — 37.
- Douglas, Pamela 2007: *Writing the TV Drama Series*. California: Michael Wiese Productions.
- Farley, Rebecca 2003: 'From Fred and Wilma to Ren and Stimpy: What Makes a Cartoon “Prime Time”?' en Carol A. Stabile y Mark Harrison (eds.) 2003: *Prime Time Animation. Television Animation and American Culture*. Nueva York: Routledge: 147 — 164.
- Feigenbaum, Harvey B. 2007: 'Hegemony or diversity in film and television? The United States, Europe and Japan', en *The Pacific Review*, 20: 371 — 396.
- Foucault, Michel 1992 [1969]: *L'Archéologie du savoir*. París: Gallimard.
- Gilsdorf, Ethan 2009: *Fantasy Freaks and Gaming Geeks. An Epic Quest for Reality among Role Players, Online Gamers, and Other Dwellers of Imaginary Realms*. Bath: The Lyons Press.
- Gomery, Douglas 1994: 'Disney’s Business History: A Reinterpretation' en Eric Smoodin (ed.) 1994: *Disney Discourse. Producing the Magic Kingdom*. Nueva York: Routledge: 71 — 86.
- Goulart, Ron 1995: *The Funnies. 100 Years of American Comic Strips*. Holbrook: Adams Publishing.
- Hall, Stuart y Paddy Whannel 1964: *The Popular Arts*. Londres: Brendon & Son.

- Hendershot, Heather 1998: *Saturday Morning Censors. Television Regulation before the V-Chip*. Durham: Duke University Press.
- Hilton-Morrow, Wendy y David T. McMahan 2003: 'The Flintstones to Futurama: Networks at Prime Time Animation' en Carol A. Stabile y Mark Harrison (eds.) 2003: *Prime Time Animation. Television Animation and American Culture*. Nueva York: Routledge: 74 — 88.
- Hollister, Paul 1994: 'Genius at Work: Walt Disney' en Eric Smoodin (ed.) 1994: *Disney Discourse. Producing the Magic Kingdom*. Nueva York: Routledge: 23 — 41.
- Jackson, Rosemary 1980: *Fantasy, the Literature of Subversion*. Londres: Routledge.
- Johnston, Ollie y Frank Thomas 1983: *Disney Animation: The Illusion of Life*. Nueva York: Abbeville.
- Kanfer, Stefan 1997: *Serious Business. The Art and Commerce of Animation in America from Betty Boop to "Toy Story"*. Nueva York: Da Capo Press.
- Kelts, Roland 2007: *Japanamerica. How Japanese Pop Culture Has Invaded the U.S.* Nueva York: Palgrave MacMillan
- Leonard, Sean 2004: *Progress Against the Law: Fan Distribution, Copyright, and the Explosive Growth of Japanese Animation*. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology.
- Levi, Antonia 2006: 'The Americanization of Anime and Manga: Negotiating Popular Culture' en Steven T. Brown (ed.) 2006: *Cinema Anime*. Nueva York: Palgrave MacMillan: 43 — 63.
- Lewis, Jon 1994: 'Disney after Disney: Family Business and the Business of Family' en Eric Smoodin (ed.) 1994: *Disney Discourse. Producing the Magic Kingdom*. Nueva York: Routledge: 87 — 105.
- Lightner, E. W. 1919: 'First Exclusive Motion Picture House in All the World Stood on Smithfield Street; Was a New Thing in Thrills Then, and 7,000 Attended the "Nickelodeon" Every Day' en *The Dispatch*. 16/11: fuente electrónica: [http://www.clpgh.org/exhibit/neighborhoods/downtown/down\\_n71.html](http://www.clpgh.org/exhibit/neighborhoods/downtown/down_n71.html) (última consulta: 2/9/2011).
- Maltin, Leonard 1987: *Of Mice and Magic: A History of American Animated Cartoons; Revised and Updated*. Nueva York: Plume Books.
- McLeod, John 2000: *Beginning Postcolonialism*. Manchester: Manchester University



Press.

- Mittell, Jason 2003: 'The Great Saturday Morning Exile: Scheduling Cartoons on Television's Periphery in the 1960s' en Carol A. Stabile y Mark Harrison (eds.) 2003: *Prime Time Animation. Television Animation and American Culture*. Nueva York: Routledge: 33 — 54.
- Miyao, Daisuke 2001: 'Before anime: animation and the Pure Film Movement in pre-war Japan' en *Japan Forum*, 14: 191 — 209.
- Neuwirth, Allan 2003: *Makin' Toons. Inside the Most Popular Animated TV Shows and Movies*. Nueva York: Allworth Press.
- Nodelman, Perry 2008: *The Hidden Adult. Defining Children's Literature*. Baltimore: Josh Hopkins University Press.
- Parrinder, Patrick 1980: *Science Fiction. Its Criticism and Teaching*. Londres: Methuen & Co.
- Paruolo, Elena 2011: 'Introduction' en Elena Paruolo (ed.) 2011: *Brave New Worlds. Old and New Classics of Children's Literatures*. Bruselas: Peter Lang: 9 — 28.
- Prieto Arranz, José Igor y Patricia Trapero Llobera 2010: 'Cuéntame cómo pasó. When 'Popular' Culture Entered Academia' en Marta Fernández Morales y José Igor Prieto Arranz (eds.) 2010: *A Comparison of Popular TV in English and Spanish Speaking Societies: Soaps, Sci-Fi, Sitcoms, Adult Cartoons and Cult Series*. Nueva York: Edwin Mellen Press: 1 — 37.
- Prieto Arranz, José Igor en prensa: 'Reflexiones sobre la identidad nacional. El caso español' en *Machina Mundi*. Lisboa: CLEPUL: <http://machina-mundi.blogspot.com/2010/04/machina-mundi.html>.
- Putterman, Barry 1998: 'Short Critical History of Warner Bros. Cartoons' en Kevin S. Sandler (ed.) 1998: *Reading the Rabbit. Explorations in Warner Bros. Animation*. Nueva Jersey: Rutgers University Press: 29 — 37.
- Quesada de la Cámara, Daniel y Jacob García Alcarria 2008: *Generación Dragon Ball*. Palma de Mallorca: Dolmen.
- Raffaelli, Luca 1997: 'Disney, Warner Bros. and Japanese Animation: Three World Views' en Jayne Pilling (ed.) 1997: *A Reader in Animation Studies*. Sídney: John Libbey & Company: 112 — 136.
- Rose, Margaret A. 1993: *Parody: Ancient, Modern, and Post-modern*. Nueva York: Cambridge University Press.

- Said, Edward 1978: *Orientalism*. Massachusetts: Vintage.
- Sandler, Kevin S. 1998: 'Introduction' en Kevin S. Sandler (ed.) 1998: *Reading the Rabbit. Explorations in Warner Bros. Animation*. Nueva Jersey: Rutgers University Press: 1 — 28.
- Sartin, Hank 1998: 'From Vaudeville to Hollywood, from Silence to Sound: Warner Bros. Cartoons of the Early Sound Era' en Kevin S. Sandler (ed.) 1998: *Reading the Rabbit. Explorations in Warner Bros. Animation*. Nueva Jersey: Rutgers University Press: 67 — 85.
- Schodt, Frederik L. 1997 [1983]: *Manga! Manga! The World of Japanese Comics*. Tokio: Kodansha.
- Schneider, Steve 1988: *That's All Folks! The Art of Warner Bros. Animation*. Ontario: Henry Holt and Company.
- Seiter, Ellen 1995: *Sold Separately: Children and Parents in Consumer Culture*. Nueva Jersey: Rutgers University Press.
- Smith, Evan S. 1999: *Writing Television Sitcoms*. Nueva York: Perigee Trade.
- Thacker, Deborah y Jean Webb 2002: *Introducing Children's Literature*. Londres: Routledge.
- Thomas, Laurie y Barry R. Litman 1991: 'Fox Broadcasting Company, Why Now? An Economic Study of the Rise of the Fourth Broadcast "Network"' en *Journal of Broadcasting and Electronic Media*. V35 N2: 139 — 157.
- Townsend, John Rowe 1971: *A Sense of Story*. Londres: Longman.
- Turner, Chris 2004: *Planet Simpson. How a Cartoon Masterpiece Defined a Generation*. Cambridge: Da Capo Press.
- Ueno, Toshiya 1999: 'Techno-Orientalism and media-tribalism: On Japanese animation and rave culture' en *Third Text*, 13: 95 — 106.
- Walton, David 2008: *Introducing Cultural Studies. Learning through Practice*. Londres: SAGE Publications Ltd.
- Walz, Gene 1998: 'Charlie Thorson and the Temporary Disneyfication of Warner Bros. Cartoons' en Kevin S. Sandler (ed.) 1998: *Reading the Rabbit. Explorations in Warner Bros. Animation*. Nueva Jersey: Rutgers University Press: 49 — 66.
- Ward, Annalee R. 2002: *Mouse Morality. The Rhetoric of Disney Animated Film*. Austin: University of Texas Press.
- Wasko, Janet 2001: *Understanding Disney*. Malden: Polity Press.

- Waugh, Patricia 1984: *Metafiction. The Theory and Practice of Self-conscious Fiction*. Londres: Routledge.
- Wells, Paul 1998: *Understanding Animation*. Nueva York: Routledge.
- Wells, Paul 2002: *Animation and America*. Edimburgo: Edinburgh University Press.
- Wells, Paul 2003: "'Smarter than the Average Art Form': Animation in the Television Era' en Carol A. Stabile y Mark Harrison (eds.) 2003: *Prime Time Animation. Television Animation and American Culture*. Nueva York: Routledge: 15 — 32.
- White, Timothy R. 1998: 'From Disney to Warner Bros.: The Critical Shift' en Kevin S. Sandler (ed.) 1998: *Reading the Rabbit. Explorations in Warner Bros. Animation*. Nueva Jersey: Rutgers University Press: 38 — 48.
- Whitney Hall, John 1973 [1968]: *El imperio japonés*. Madrid: Ediciones Castilla S.A.
- Wolfe, Gary K. 2003: 'Science Fiction and its Editors' en Edward James y Farah Mendlesohn (eds.) 2003: *The Cambridge Companion to Science Fiction*. Nueva York: Cambridge University Press: 96 — 109.
- Zipes, Jack 1995: 'Breaking the Disney Spell' en Elizabeth Bell *et al* (eds.) 1995: *From Mouse to Mermaid. The Politics of Film, Gender, and Culture*. Bloomington: Indiana University Press: 21 — 42.